



Mikä saa nuoret aikuiset kiinnostumaan politiikan uutisista?

Laadullinen simulaatiotutkimus
motivaatio- ja demotivaatiotekijöistä

Sonja Parkkinen
Helsingin yliopisto
Valtiotieteellinen tiedekunta
Politiikka ja organisaatiot
Maisterintutkielma
Tammikuu 2021



Tiedekunta – Fakultet – Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Koulutusohjelma – Utbildningsprogram – Degree Programme Politiikan ja viestinnän maisteriohjelma	
Tekijä – Författare – Author Sonja Parkkinen			
Työn nimi – Arbetets titel – Title Mikä saa nuoret aikuiset kiinnostumaan politiikan uutisista? Laadullinen simulaatiotutkimus motivaatio- ja demotivaatiotekijöistä			
Oppiaine/Opintosuunta – Läroämne/Studieinriktning – Subject/Study track Politiikka ja organisaatiot			
Työn laji – Arbetets art – Level Maisterintutkielma		Aika – Datum – Month and year Tammikuu 2021	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 95 s. + liitteet
Tiivistelmä – Referat – Abstract			
<p>Millaisia politiikan uutisten kuluttajia nuoret aikuiset ovat? Mitkä tekijät motivoivat heitä politiikan uutisten kuluttamiseen? Entä mitkä ovat demotivoivia eli motivaatiota heikentäviä tekijöitä? Tämä tutkimus vastaa näihin kysymyksiin käyttämällä kokeellista simulaatiomenetelmää, jossa haastateltavat reagoivat testitartikkeleihin vastaamalla, mitkä niistä he lukisivat ja millä perusteella. Tutkimuskysymykset ovat tärkeitä, koska viime vuosikymmeninä median murros on saanut uutistoimitukset miettimään tarkemmin yleisöä ja uusia digitaalisia mahdollisuuksia. Nuoret sukupolvet ovat vaativia kuluttajia, joille medioiden täytyy onnistua vakuuttamaan, että heidän tarjoamiensa uutisten parissa kannattaa käyttää aikaa. Erityisesti politiikan journalismi on vaikeassa asemassa toteuttamassa yhtä aikaa toimitusten lukijalähtöisiä ja analyyttikkään pohjautuvia tavoitteita sekä vallan vahtikoiran tehtävää. Poliitiikan uutisten kuluttamisella on myös yhteys nuorten poliittiseen kiinnostukseen ja osallistumiseen.</p> <p>Tutkimus toteutettiin puolistrukturoituina teemahaastatteluina, joissa haastateltiin kahtatoista 18–24-vuotiaasta nuorta aikuista. Haastateltaville näytettiin 50 eri medioista poimittua politiikan uutista, joista he valitsivat ja perustelivat, mitkä he lukisivat ja mitkä eivät. Näiden testitartikkelien tarkoituksena oli simuloida todellista valintatilannetta, jossa päätös verkkojutun klikkaamisesta tehdään nopeasti ja alitajuntaisesti. Valintojen ja perustelujen pohjalta muodostettiin motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä, jotka avaavat syitä kiinnostukselle. Lisäksi haastateltavilta kysyttiin uutisiin ja politiikan uutisiin liittyvistä kulutustottumuksista. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentuu vastaanotto- ja käyttötarkoitustutkimuksesta sekä motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä käsittelevästä kirjallisuudesta. Näiden pohjalta muodostettiin oma viitekehys, joka huomioi käyttötarkoitustutkimuksen kritiikin. Haastattelut analysoitiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin.</p> <p>Haastattelut nuoret aikuiset kuluttivat uutisia monipuolisesti sekä määrällisesti että laadullisesti. Heillä oli neljä keskeistä syytä kuluttaa uutisia: ajanviete, halu sivistyä, huomioarvo ja samaistuminen. Näistä huomioarvo eli olennaisimmat tapahtumat ja samaistuminen korostuivat politiikan uutisten kuluttamisen syinä. Lähes kaikki haastateltavat arvioivat, että he seuraavat uutisia ja erityisesti politiikkaa aiempaa enemmän. Muutokseen oli vaikuttanut neljä tekijää: koulutus, aikuistuminen, kaveripiiri ja kiinnostusta herättävä yksittäinen uutistapahtuma.</p> <p>Motivaatiotekijöitä olivat samaistuminen, tuttuus ja tunteet. Etukäteen esimerkiksi keskusteluista tai aiemmasta uutisoinnista tuttu aihe kannusti lukemaan lisää samasta aiheesta. Tunteisiin kuten hämmennykseen tai yllätykseen liittyvät motivaatiot olivat yleisiä erityisesti ikähaitarin nuorimmilla haastateltavilla. Demotivaatiotekijöitä olivat lisäarvon puute, epäselvyys, riitely sekä yksittäiset henkilöt ja mielipiteet. Lisäarvoa ei koettu saavan, jos jutussa ei ollut riittävän tärkeää, uutta, ajankohtaista tai konkreettista asiaa. Epäselvyyden takia haastateltavien oli vaikea kontekstoida osaa jutuista, minkä takia he eivät olisi halunneet lukea kyseisiä juttuja. Riitely koettiin turhanpäiväiseksi ja usein liioitelluksi. Yksittäisiin henkilöihin ja mielipiteisiin keskittymistä pidettiin yksipuolisena uutisointina.</p> <p>Tämän tutkimuksen perusteella motivaatio- ja demotivaatiotekijöiden käsitteitä kannattaa jatkossakin hyödyntää uutisiin liittyvissä käyttötarkoitustutkimuksissa. Niiden avulla saadaan muuta motivaatiotutkimusta tarkempaa tietoa uutisten kuluttajien asenteista ja käyttäytymisestä. Esimerkiksi tuttuuden korostuminen motivaatiotekijänä kertoo siitä, että haastateltavat seuraavat politiikan uutisia hyvin, koska aiheet eivät tuntuisi tutuilta ilman tietämystä päivänpolitiikasta. Haastateltavat myös löysivät paljon samaistumispintaa politiikan uutisista, mihin vaikuttaa se, että haastateltavien kokemus samaistuminen oli laajaa eikä kovin suoraviivaista. Tämä on merkityksellistä, koska kyky samaistua monipuolisesti eri aiheisiin mahdollistaa laajan kiinnostuksen ja sitä kautta poliittisen tietämyksen.</p> <p>Otsikoiden epäselvyys vaikutti kuitenkin siihen, että haastateltavat eivät kyenneet kontekstoimaan tai uloskoodaamaan kaikkia juttuja eivätkä siksi ymmärtäneet uutisia. Tämä aiheutti kokemuksen siitä, etteivät he tiedä tarpeeksi politiikasta ja juttu ei ole tehty heille. Ulkopuolisuuden tunne voi etäännyttää nuoria uutisista ja politiikasta sekä olla siten riski demokratialle. Uutistoimituksissa kannattaisi kiinnittää huomiota erityisesti otsikkojen selkeyteen. Tutkimuksen perusteella nuoret aikuiset ovat kuitenkin kiinnostuneita politiikan uutisista. He kuluttavat uutisia monipuolisesti, mutta vähättelevät politiikan uutisten seuraamistaan ja ymmärrystä yhteiskunnallisista asioista. Tämä on huolestuttavaa nuorten aikuisten itsetunnon ja koetun osaamisen kannalta. Lähes kaikki lukivat aikuistuuksaan enemmän politiikan uutisia, mikä kertoo siitä, ettei poliittisesti epäkiinnostuneesta nuoresta kasva väistämättä epäkiinnostunut aikuista.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords			
media, uutiset, nuoret aikuiset, politiikka, motivaatio, demotivaatio			
Ohjaaja tai ohjaajat –Handledare – Supervisor or supervisors			
Tuomas Ylä-Anttila			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited			
Helsingin yliopiston kirjasto, Helsingfors universitets bibliotek, Helsinki University Library			

Sisällysluettelo

1.	Johdanto.....	4
2.	Teoreettinen viitekehys.....	8
2.1.	<i>Median vastaanottotutkimus ja käyttötarkoitustutkimus</i>	9
2.2.	<i>Motivaatio ja demotivaatio</i>	13
3.	Aiempi tutkimus.....	16
3.1.	<i>Median murros ja nuoret sukupolvet</i>	16
3.2.	<i>Nuoret ja uutismedioiden kulutus</i>	17
3.3.	<i>Politiikan uutisoinnin muutokset</i>	23
3.4.	<i>Uutismedian vaikutukset nuorten poliittiseen kiinnostukseen ja osallistumiseen</i>	25
3.5.	<i>Kriittinen katsaus nuoriin keskittyvistä tutkimuksista</i>	28
4.	Tutkimusasetelma ja tutkimuskysymykset	32
4.1.	<i>Tutkimuskysymykset ja hypoteesit</i>	32
4.2.	<i>Menetelmä</i>	34
4.3.	<i>Testiartikkelit</i>	38
5.	Analyysi 1: Nuoret aikuiset uutisten ja politiikan uutisten kuluttajina.....	40
6.	Analyysi 2: Testiartikkelit.....	47
6.1.	<i>Aiheen, puolueen ja iän vaikutus</i>	47
6.2.	<i>Motivaatiotekijät</i>	53
6.2.1.	<i>Samaistuminen</i>	53
6.2.2.	<i>Tuttuus</i>	56
6.2.3.	<i>Tunteet</i>	61
6.3.	<i>Demotivaatiotekijät</i>	64
6.3.1.	<i>Lisäarvon puute</i>	64
6.3.2.	<i>Epäselvyys</i>	66
6.3.3.	<i>Riitely</i>	68
6.3.4.	<i>Yksittäiset henkilöt ja mielipiteet</i>	70
6.4.	<i>Risuja ja ruusuja politiikan uutisoinnille</i>	71
7.	Johtopäätökset, keskustelu ja jatkotutkimuksen tarpeet	75
7.1.	<i>Yhteenveto</i>	75
7.2.	<i>Johtopäätökset ja keskustelu</i>	76
7.3.	<i>Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimus</i>	83
8.	Lähteet.....	88
9.	Liitteet.....	96
9.1.	<i>Haastattelurunko</i>	96
9.2.	<i>Testiartikkelit</i>	97

1 Johdanto

”Nuorissa on liiketoiminnan kasvun perusta”, totesi Sanoman toimitusjohtaja Susan Duinhoven helmikuussa 2020. Sanoma oli juuri julkistanut 115 miljoonan euron kaupan, jolla se osti Alma Median alueelliset lehdet. Kauppaa perusteltiin keskittymisellä digitaaliseen journalismiin, jonka avulla pystytään kilpailemaan vaativista nuorista kuluttajista: ”He haluavat laadukkaita videoita, visuaalista näyttävyyttä, monitasoisia juttuja, ja pääasiassa digitaalisessa muodossa. Kilpailu kuluttajista on kovaa”. (Happonen 2020.)

Media-ala on muuttunut viimeisen kymmenen vuoden aikana merkittävästi, ja toimituksissa on ryhdytty yhä enemmän miettimään sitä, mikä kuluttajia aidosti kiinnostaa ja miten journalismia voisi tehdä entistä paremmin hyödyntäen esimerkiksi teknologisia mahdollisuuksia. Mediat joutuvat perustelemaan olemassaoloaan enemmän sukupolvelle, joka ei ole tottunut tilaamaan paperilehteä ja joka ei välttämättä ole valmis maksamaan uutisistaan kuten edeltävät sukupolvet. Medioiden tulevaisuuden kannalta on olennaista saada tietoa siitä, miten uutisjournalismia pitäisi kehittää.

Erityisesti politiikan journalismi on vaikeassa asemassa markkinoilla, jossa tarjontaa on runsaasti ja kuluttajalla on yhä enemmän autonomiaa valita käyttämänsä mediat ja sisällöt (Napoli 2010). Myös sosiaalinen media kilpailee perinteisten toimijoiden kanssa huomiosta. Nuorten uutisten kuluttamista on tutkittu paljon eri maissa ja eri näkökulmista. Monissa tutkimuksissa on havaittu, että nuoret ovat jakaantuneet niihin, jotka seuraavat uutisia ja ovat kiinnostuneita politiikasta sekä niihin, jotka välttelevät uutisia ja erityisesti politiikan aiheita (esim. Brites & Kouts-Klemm 2017; Hartley 2018; Opermann 2018). Poliitiikan uutiset keräävät usein varsin vähän nuoria lukijoita, kuten havaittiin Sami Kallisen ja Jens Bergin (2019) tekemässä Nuoret ja uutisaiheiden valinta: Analyysi 29 eri uutismediasta -raportissa.

Nuorten heikosta kiinnostuksesta politiikkaan ja esimerkiksi äänestämisestä vaaleissa on puhuttu paljon. Nuorten kiinnostus politiikkaan on viime vuosina ollut jopa ennätystasolla, mikä selviää vuoden 2018 nuorisobarometrista (Pekkarinen &

Myllyniemi 2018). Media toimii politiikan ja kansalaisten välissä, ja tutkimuksissa on havaittu, että medioiden seuraamisella sekä kiinnostuksella ja osallistumisella politiikkaan on positiivinen yhteys (ks. esim. Kruikemeier & Shetata 2017; Strömback & Shetata 2010). Tämän takia media-alan toimijoiden olisi yhteiskunnallisesti merkityksellistä miettiä uutisointia siitä näkökulmasta, että politiikan journalismi olisi helposti lähestyttävää ja tarjoaisi kiinnostavaa luettavaa kaikille.

Mediaa ja journalismia on jo pitkään pidetty demokratian kulmakivenä, joka mahdollistaa valtaapitävien ja kansalaisten kohtaamisen sekä valtaapitävien valvomisen. Ilman näitä demokratia ei toimisi terveellä tavalla. Medialla on myös merkittävä vaikutus kansalaisten yhteisöllisyyden rakentamisessa, mitä havainnollistaa esimerkiksi Benedict Anderssonin (1983) käsite kuvitellusta yhteisöstä (ks. Seppänen & Väliaverron 2013). Nykyaikana kansakunta ei tapaa toisiaan kasvotusten, joten käsitykset yhteisöstä muodostuvat median välityksellä. Jos nuoret kokevat, että politiikka ja politiikan journalismi ei ole heitä varten, se voi aiheuttaa ulkopuolisuuden kokemusta, jonka takia nuoret eivät koe olevansa osa yhteisöä ja demokraattista päätöksentekojärjestelmää. Tämän takia nuorten ajatukset politiikan journalismista ovat olennaisia myös demokratian kannalta. Lisäksi tutkimukseni laajentaa ymmärrystä nuorten aikuisten suhteesta politiikkaan. Poliitiikan uutisia tutkimalla pystytään kertomaan esimerkiksi, millaiset aiheet politiikassa ovat nuorten mielestä kiinnostavia ja merkityksellisiä heidän elämänsä kannalta. Tällä tavalla tutkielmallani on merkitystä myös muulle nuoriin ja politiikkaan liittyvälle tutkimukselle.

Tutkimukset nuorten uutiskulutuksesta keskittyvät kuitenkin yleensä uutisiin tai mediaan laajasti ymmärrettynä, eikä nuorten suhteesta politiikan uutisiin ole syvällistä tietoa. Tutkimuksissa myös niputetaan politiikan uutiset yhteen eikä huomioida sitä, että nuoria todennäköisesti kiinnostaa osa uutisista, mutta eivät kaikki tai välttämättä edes suurin osa. Silti on todennäköisesti myös sellaisia politiikan uutisia, jotka nuoria aidosti kiinnostavat.

Tämä maisterintutkielma selvittää, millainen suhde nuorilla aikuisilla on politiikan uutisiin. **Tutkimuskysymyksiä ovat:**

- 1. Millaisia politiikan uutisten kuluttajia nuoret aikuiset ovat oman käsityksensä mukaan?**
- 2. Mitkä tekijät motivoivat nuoria aikuisia politiikan uutisten kuluttamiseen?**
- 3. Mitkä tekijät demotivoivat nuoria aikuisia politiikan uutisten kuluttamiseen?**

Tutkimus toteutettiin haastattelemalla kahtatoista 18–24-vuotiaasta nuorta aikuista. Viitataan tässä tutkimuksessa yleisesti nuoriin, jolla tarkoitetaan usein noin 15–29-vuotiaita. Tähän ikäryhmään kuuluvat ovat Z-sukupolven eli vuonna 1995 ja sitä myöhemmin syntyneitä sekä nuorimpia Y-sukupolven edustajia eli 1990–1994 syntyneitä. Sukupolvien jaottelusta on monia versioita, mutta tämä määrittely lienee yleisin. Tutkimukseni painopisteenä ovat Z-sukupolven edustajat eli niin sanotut diginatiivit, jotka ovat lapsesta lähtien olleet mediateknologian ympäröimiä.

Mediat seuraavat nykyään tarkasti analytiikan avulla sitä, mikä kuluttajia kiinnostaa. Klikkien lisäksi yhä suurempi merkitys on lukutunneilla ja jutussa vietetyllä ajalla per lukija. Tavoitteena on siis saada kuluttaja klikkaamaan ja jäämään juttuun mahdollisimman pitkäksi aikaa. Analytiikka on hyödyllinen väline juttujen suosion mittaamiselle ja resurssien kohdentamiselle kiinnostavimpiin sisältöihin. Kuitenkin pelkät luvut jättävät paljon arvailujen varaan siinä, miksi jokin juttu klikattiin auki ja toinen ei. Tähän arvailuun tutkimukseni pyrkii vastaamaan siten, että haastateltaville näytettiin politiikkaan keskittyviä uutisartikkeleita, joista he valitsivat ja perustelivat, mitkä he lukisivat ja mitkä eivät. Näiden pohjalta muodostin motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä, jotka havainnollistavat sitä, millaisia juttuja haastateltavat yleensä lukevat ja millä perusteella he niitä valitsevat. Lisäksi selvitin, millä tavalla aihe, puolue ja jutussa esiintyvien henkilöiden ikä vaikuttavat kiinnostukseen. Näin pystytään havaitsemaan eroja politiikan uutisten välillä. Haastateltavilta kysyttiin myös heidän uutisten kuluttamiseensa liittyvistä tottumuksista ja muutoksista.

Alun Susan Duinhovenin toteamus nuorten tärkeydestä on vain yksi esimerkki siitä, kuinka mediatilat ovat heränneet nuorempien sukupolvien sitouttamiseen. Toimittajien ammattilehti Journalistissa (Pohjola 2020) kerrottiin, kuinka ”levikkiensä kanssa kamppailevat lehtitalot yrittävät vimmatusti löytää nuoria miellyttäviä esitystapoja. Yhä useampi toimitus vilkuilee nyt lapsiin”. Helsingin Sanomien Lasten uutisten lisäksi Yle

ja Svenska Yle aloittivat lapsille suunnatut uutisohjelmat vuonna 2020. Muutos ei siis koske vain kaupallisia toimijoita.

Myös Ylen viime vuosien strategiassa (2017) on keskitytty yhä enemmän nuoriin ja nuoriin aikuisiin: Strategiassa luvataan, että ”Yle siirtää tulevana vuosina 15–20 prosenttia yhtiön resursseista uusille painopistealueille, kuten nuorille ja nuorille aikuisille suunnatuille sisällöille ja palveluille sekä verkkokehitykseen”. Uusimmassa strategiassa (2020) Yle lupaa vahvistaa suhdetta lapsiin ja nuoriin sekä antaa nuorten ajatuksille tilaa. Marraskuussa 2020 Ylen uutis- ja ajankohtaistoimitus julkisti uuden osaston, nuorten uutistoimituksen, joka palvelee alle 30-vuotiasta yleisöä (Puukka 2020).

”Millaista uutismediaa nuoret suomalaiset kaipaavat? Millaisista aiheista nuoret mediankuluttajat ovat kiinnostuneita? Näitä kysymyksiä pyörittelevät kaikki perinteiset mediatalot, myös Yleisradio. Nuoret ovat haluttu, tulevaisuuden yleisö, ja tällä hetkellä monelta uutisia tekevältä perinteiseltä tiedotusvälineeltä osin hukassa.” (Puukka 2020.)

Maisterintutkielmani tarjoaa aiempaa syvällisempää tietoa siitä, mitä nuoret aikuiset ajattelevat politiikan journalismista. Tämä voi olla hyödyllistä tutkimuskentän lisäksi uutismedioille ja toimittajille, joille yleisön ymmärtäminen on yksi merkittävimmistä osa-alueista toimittajien ammattitaidossa nyt ja tulevaisuudessa (Varpula 2019, 78).

2 Teoreettinen viitekehys

Tässä osiossa käsittelen tarkemmin tutkimukseni teoreettista viitekehystä, jonka taustana ovat vastaanotto- ja käyttötarkoitustutkimus sekä erityisesti motivaation ja demotivaation käsitteet. Näiden pohjalta kehitän viitekehysten, joka vastaa käyttötarkoitustutkimuksen kritiikkiin keskittymällä ulkoisiin motivaatio- ja demotivaatiotekijöihin, joita tutkitaan kokeellisen simulaatiomenetelmän avulla. Tutkimukseni keskittyy poliittiseen viestintään, mutta käytän tässä viestinnän tutkimuksen työkaluja.

Molempien teoriasuuntausten pohjana on muutos siinä, miten yleisöt hahmotetaan. Aiemmin tutkimukset keskittyivät mediaesitykseen, -teollisuuteen ja sisältöihin. Olennaista oli selvittää, mitä media tekee yleisölle eli tutkia vaikutuksia yleisön käyttäytymiseen ja asenteisiin. Käyttötarkoitustutkimus oli ensimmäinen suuntaus, joka 1940-luvulla huomioi sen, mitä yleisö tekee medially. Ennen tätä yleisöä pidettiin passiivisena vastaanottajana, joka herkästi hyväksyy median antamat merkitykset sellaisenaan. Kun painopistettä siirrettiin vastaanottajiin, ruvettiin puhumaan aktiivisesta yleisöstä, joka osallistuu merkitysten luomiseen ja on vuorovaikutuksessa median kanssa. Sittemmin yleisön aktiivisuutta on pidetty parempana ominaisuutena kuin passiivisuutta, koska passiivinen yleisö voi olla helpommin aivopestävissä. Tällainen jaottelu ei kuitenkaan nykypäivänä ole toimiva, sillä aktiivisuus ei ole aina samanlaista ja samantasoista. Nykyään puhutaan usein median käyttäjistä tai jopa kuluttajista, mikä huomioi paremmin sen, että ihmiset kontrolloivat vahvasti, mitä mediaa, missä ja milloin he käyttävät. (Nieminen & Pantti 2009, 138–139, 145–147.)

Tässä tutkimuksessa käytän pääasiassa termiä uutisten kuluttaja, koska se havainnollistaa parhaiten nykyajan mediamaisemaa, jossa valinnanvaraa on runsaasti ja mediat pyrkivät houkuttelemaan kuluttajia juuri omien uutistensa ääreen. Tämä mediamaisema vaikuttaa myös politiikan uutisiin, joiden täytyy yhtä lailla saada kuluttajat kiinnostumaan niiden lukemisesta. Tähän valinnanvara ja houkutteluun perustuu myös tutkimukseni simulaatiomenetelmä, joka testaa politiikan uutisten kykyä saada haastateltavat kiinnostumaan niistä.

2.1 Median vastaanottotutkimus ja käyttötarkoitustutkimus

Kulttuurintutkimuksen suuntaukseen kuuluva vastaanottotutkimus keskittyy siihen, millä tavalla aktiivinen yleisö tuottaa merkityksiä ja tulkintoja median tuottamasta sisällöstä. 1980-luvulla kehitetty suuntaus lähtee liikkeelle oletuksesta, että yleisö on moninainen eli se koostuu erilaisista ihmisistä tai ihmisryhmistä, jotka tulkitsevat sisältöjä eri tavalla. (Nieminen & Pantti 2009, 158–161.) Vastaanottotutkimuksen lähtöpisteenä pidetään Stuart Hallin (1973) käsitteitä sisäänkoodaus ja uloskoodaus, jotka kuvaavat sitä, kuinka ihminen ottaa sisällön tuottajan merkitykset vastaan sisäänkoodaamalla, mutta saattaakin uloskoodata ne eri tavalla kuin tuottaja tarkoitti. Hall jaottelee yleisön kolme lukutapaa *hallitsevaksi*, *neuvottelevaksi* ja *vastustavaksi* (1973, 16–18).

Hallitsevassa lukutavassa vastaanottaja tulkitsee sisällön tuottajan tarkoittamalla tavalla. Esimerkiksi vastaanottaja hyväksyy Suomen hallituksen rajut toimet koronaviruspandemian alkuaikana keväällä 2020 sekä pitää niitä median tavoin oikea-aikaisina ja välttämättöminä. *Neuvottelevassa* lukutavassa vastaanottaja asettaa tuottajan tarkoittaman merkityksen etusijalle, mutta saattaa tehdä poikkeuksia tulkinnan sisällä. Esimerkiksi vastaanottaja pitää hallituksen koronatoimia tarpeellisina, mutta ei silti noudata suosituksia rajoittaa kontakteja. Koska vastaanottotutkimuksessa nähdään, että kaikki tapahtuu hallitsevan järjestyksen alaisuudessa, on väistämätöntä, että on olemassa etusijalle asettuvia merkityksiä, kuten tässä tapauksessa koronatoimien tarpeellisuus. Hallin mukaan neuvotteleva lukutapa on usein se, jonka takia eliitti arvioi viestinnän menneen pieleen, kun vastaanottaja hyväksyi hallitsevasta merkityksestä osan, mutta ei kaikkea. *Vastustavassa* lukutavassa lähettäjän sanomaa tulkitaan vaihtoehtoisella tavalla ja uloskoodaus on kriittinen. Esimerkiksi vastaanottaja pitää koronaviruspandemian vastaisia toimia liioiteltuina. (Hall 1973, 16–18.)

Empiirisesti lukutapoja on testannut David Morley (1980), jonka mukaan yhteiskunnassa on alakulttuureja, joiden tulkinnat pohjautuvat omaan ryhmään. Esimerkiksi Morleyn tutkimuksessa ryhmä nuoria valkoisia harjoittelijamiehiä tulkitsi ajankohtaisohjelman jaksoa hallitsevan lukutavan mukaan, kun taas mustat opiskelijat vastustavan lukutavan mukaan, sillä heidän mielestään ohjelma oli tylsä eivätkä he

samaistuneet ohjelman esittämiin kuvauksiin brittiperheiden arjesta. (1992, 81, 106–107.)

Morley on esittänyt, että uloskoodaus voi liittyä sosiodemografisiin tekijöihin kuten luokkaan, mutta se voi myös liittyä muihin tekijöihin kuten ikään ja sukupuoleen, eikä näiden yhteyttä uloskoodaukseen voida pitää suorana ja itsestään selvänä (1992, 83). Myös nuoria ja nuoria aikuisia voidaan pitää omina alakulttuureinaan, jotka tulkitsevat politiikan uutisia omien intressiensä pohjalta. Toisaalta kaikki nuoret eivät välttämättä tulkitse uutisia samalla tavalla, mikä tarkoittaisi sitä, että kyse voi olla muun muassa nuorten välisistä ideologisista tai sosioekonomisesta asemasta johtuvista eroista. Esimerkiksi jotkut nuoret voivat torjua median sisällöt kokonaan ja vältellä niitä sen takia, että merkitykset uloskoodataan itselle vieraiksi ja elitistisiksi.

Hallin sisäänkoodaus/uloskoodaus-malli ja Morleyn empiirinen tutkimus ovat saaneet myös kritiikkiä osakseen. Esimerkiksi uloskoodaus ei huomioi sitä, jos lähettäjän sisältö torjutaan täysin kuten Morleyn tutkimuksessa mustat opiskelijat tekivät. Voidaan ajatella, että silloin tulkintoja ei tehdä ollenkaan, ei edes vastustavia. Myöskään Morleyn selitys luokan määräävästä asemasta tulkintoja tehtäessä ei ole vedenpitävä. Veikko Pietilä huomauttaa, että myös muut hallussa olevat diskurssit vaikuttivat tulkintoihin. Esimerkiksi opiskelijat hyödynsivät opiskeluissa opittuja tulkintakykyjä eivätkä he tulkinneet asioita vain luokkansa näkökulmasta. (Pietilä 2005, 317.)

Käyttötarkoitustutkimus kehittyi 1940-luvulla, kun haluttiin median vaikutusten tutkimisen sijaan hahmottaa paremmin yleisön ja median monimutkaista suhdetta. Suuntauksen ensimmäisiä kehittäjiä olivat Katz ja Lazarsfeld. Tarkoituksena on ymmärtää, miten, miksi ja millä tarkoituksella ihmiset käyttävät mediaa. (Quan-Haase & Young 2014, 269–271.)

Quan-Haase ja Young (2014, 271–273) hahmottavat kolme ominaispiirrettä, jotka erottavat käyttötarkoitustutkimuksen aiemmista suuntauksista:

1. Yleisön konsepti. Kuten myös vastaanottotutkimuksessa, käyttötarkoitustutkimus hahmottaa yleisön moninaisena ja useista ryhmistä koostuvana. Ryhmiä ovat esimerkiksi lapset, nuoret ja seniorit, joilla kaikilla on

omat mieltymyksensä ja tapansa. Yleisöllä on myös valtaa valita käyttämänsä mediat.

2. Fokus yksilöiden tekemisissä. Käyttötarkoitustutkimus keskittyy käyttäjiin, käytön määrään ja myös sosiaaliseen, historialliseen ja taloudelliseen kontekstiin, jossa käyttö tapahtuu. Esimerkiksi elämäntilanteella nähdään olevan vaikutusta siihen, millaisia valintoja yksilö tekee median käytöstään. Sinkulla voi olla enemmän aikaa syvälliseen lukemiseen kuin pienten lasten yksinhuoltajalla.
3. Mediasta haetut ja toteutuneet tyydytykset. Käyttötarkoitustutkimuksessa huomioidaan, että yksilöllä on tarpeita tai motiiveja, joihin haetaan tyydytystä mediasta. Nämä haetut tyydytykset voivat kuitenkin olla eri kuin mediasta todellisuudessa saadut tyydytykset. Mitä pienempi kuilu haetun ja toteutuneen tyydytyksen välillä on, sitä tyytyväisempi yksilö on median käyttöön. Jos tyytyväisyyttä ei saa, yksilö voi lopettaa kyseisen median käytön.

Käyttötarkoitustutkimus on saanut vuosikymmenien aikana myös runsaasti kritiikkiä ja sen hyödyllisyydestä on väitelty tutkijoiden kesken pitkään. Aikoinaan tutkimussuuntausta pidettiin joukkoviestinnän tutkimuksen keskuudessa yhtenä tärkeimmistä, mutta sittemmin käyttö hiipui. Kuitenkin median murroksen ja uusien teknologioiden takia tutkimus on saanut uutta voimaa, ja esimerkiksi Thomas E. Ruggiero (2000, 3) on todennut, että joukkoviestinnän teorioiden on otettava käyttötarkoitustutkimus huomioon tulevaisuutta hahmotettaessa. Valinnanvapauden lisääntyessä motivaatio ja tyytyväisyys ovat yhä tärkeämpiä tekijöitä yleisön analysoinnissa (Ruggiero 2000, 14).

Perinteisesti käyttötarkoitustutkimus on selvittänyt eri medioiden kuten television, radion ja sanomalehtien käyttötarkoituksia, joita ovat esimerkiksi tiedonsaanti ja ajanviete. Yksi merkittävä kritiikki onkin liittynyt siihen, että tämänkaltaiset tyydytykset ovat liian laajoja. Varsinkin median uudet muodot vaikuttavat enemmän vivahteiden tasolla (Sundar & Limperos 2013, 509).

Käyttötarkoituksia on tutkittu vuosikymmeniä pääasiassa kvantitatiivisin menetelmin. Usein käyttötarkoituksista on laadittu valmis lista, joista kyselyssä yksilöt valitsevat itselleen sopivat. Tämä ei kuitenkaan huomioi sitä, että ihmiset eivät välttämättä kykene

analysoimaan käyttötarkoituksiaan syvällisesti tai he saattavat vastata sen mukaan, mikä on hyväksyttävää. Esimerkiksi on hyväksyttävämpää sanoa, että lukee uutisia oppiakseen maailmasta kuin kuluttaakseen aikaa. (Pietilä 2005, 198, 201–202.)

Ruggiero huomauttaakin, että käyttötarkoitustutkimusta pyrittiin kehittämään kritiikin pohjalta ennen vuosituhannen vaihdetta. Kritiikkiä on kuitenkin yhä tullut muun muassa liian yksilökeskeisestä näkökulmasta ja siitä, etteivät tutkimukset pysty ennustamaan käyttöä laajemmin. Teorian kehittäminen on myös takkuillut, koska tutkijat ovat tehneet omia luokittelujaan käyttötarkoituksille ja keskeisiä termejä kuten tarpeita ja motiiveja käytetään liian erilaisissa merkityksissä. (2000, 11–12.)

2010-luvulla on kuitenkin tehty uusia käyttötarkoitustutkimuksia, jotka ovat jatkokehittelleet suuntauksen lähtökohtia. Esimerkiksi Sundar ja Limperos (2013) keskittyivät siihen, miten uudet teknologiat ovat vaikuttaneet valintoihin ja tarpeisiin. Quan-Haase ja Young (2014) tutkivat sosiaalisen median käyttöä. Lee (2013) taas keskittyi yleisön motivaatioon ja uutiskulutukseen.

Tässä tutkimuksessa muodostan oman viitekehyksen, jossa hyödynnän käyttötarkoitustutkimusta sovelletusti, ja otan uudenlaisen näkökulman motivaatioon (ks. seuraava luku). Hyödynnän tutkimuksessani testiartikkeleita, joilla tutkitaan empiirisesti mediasta haetun ja toteutuneen tyydytyksen kohtaamista. Viitekehyksessäni huomioin käyttötarkoitustutkimuksen kritiikin muun muassa siten, että tutkimukseni toteutetaan laadullisin menetelmin, koska määriä tärkeämpiä tutkimuskysymyksilleni ovat haastateltavien omin sanoin kertomat perustelut sille, miksi jokin testiartikkelien juttu kiinnostaa ja toinen ei. Näin motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä pystytään muodostamaan kysymättä motivaatiosta suoraan, mikä voisi johtaa vastauksiin, jotka heijastelevat yhteiskunnallisesti hyväksytyjä käsityksiä uutisten seuraamisesta. Tutkin haastateltavien kiinnostusta eri medioiden politiikan uutisiin enkä niinkään motivaatiota käyttää tiettyä välinettä kuten sanomalehteä. Keskityn myös uutisartikkeleiden herättämään ulkoiseen motivaatioon.

Haastattelussa testiartikkelit käydään ensin läpi, minkä jälkeen kysyn yleisellä tasolla haastateltavan uutiskulutuksesta. Testiartikkelit auttavat haastateltavia hahmottamaan konkreettisemmin oman kulutuksensa ja kuvailemaan sitä toisen osan avoimissa

kysymyksissä, joissa nousee todennäköisesti esiin myös sisäisiä motivaatioita. Näin haastateltavia kannustetaan vastaamaan todellisen käytön eikä hyväksytyjen käyttötarkoitusten perusteella, ja myös sisäisestä motivaatiosta voidaan saada kvantitaativisia menetelmiä tai pelkkiä haastatteluja todenmukaisempia vastauksia.

2.2 Motivaatio ja demotivaatio

Tarkoitukseni on selvittää nuorten aikuisten motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä, joihin politiikan uutiset vaikuttavat. Demotivaatiolla tarkoitan tässä tutkimuksessa Kızıltepen (2008, 520) tavoin sitä, kun ihmisen aikomus toimia tietyllä tavalla heikkenee. Ihminen on siis ollut jossain määrin motivoitunut tekemään jotain, mutta demotivaatiotekijät ovat heikentäneet tätä halua. En käytä suomenkielistä epämotivaatio-termiä, koska se kuvaa motivaation puuttumista eikä heikkenemistä. Motivaatiotekijöillä tarkoitan asioita, jotka taas ajavat meitä toimimaan tietyllä tavalla (Kızıltepe 2008, 517).

Motivaatioon liittyvät tutkimukset ovat pitkälti keskittyneet sisäiseen motivaatioon, joka kumpuaa ihmisen sisästä sekä omista tavoitteista ja toiveista. Media-alalla motivaatiota on tutkittu osana käyttötarkoitustutkimusta. Esimerkiksi Lee (2013, 302) näkee, että motivaatio ennustaa valintoja, joten käyttöä voidaan ymmärtää, kun tiedetään, mitä valintojen taustalla on.

Leen teoretisointia on käytetty pohjana median käyttötarkoitustutkimuksissa. Hän jaotteli yleisön motivaatiot neljään päätyyppiin sen mukaan, millaisen tarpeen uutiset täyttävät: informaatiomotivoitunut, viihdemotivoitunut, mielipidemotivoitunut ja sosiaalisesti motivoitunut uutisten kulutus. Esimerkiksi sosiaalisesti motivoitunut kuluttaja haluaa pysyä perillä siitä, mistä muut puhuvat, kun taas mielipidemotivoitunut haluaa uutisten avulla ymmärtää erilaisia näkökantoja ja saada tukea oman mielipiteen muodostamiselle. (Lee 2013, 303–305.)

Leen tutkimuksessa yleisön taustatekijöillä havaittiin olevan vaikutusta uutisten kuluttamiseen, ja merkittävimmäksi nousi ikä. Vanhemmat vastaajat olivat todennäköisemmin informaatio- ja mielipidemotivoituneita kuluttajia, kun taas nuoremmat sosiaalisesti ja viihdemotivoituneita. Kokonaisuudessaan eniten kuluttajissa

oli informaatiomotivoituneita ja vähiten mielipidemotivoituneita, mikä myös vastaa käsitystä amerikkalaisten uutisten kuluttajien mediamaisemasta. Kuluttajilla saattoi myös olla useampia motivaatioita, eli kyse ei ole nollasummapelistä. (Lee 2013, 308, 311–312.)

Uutisten kuluttamisen motivaatiota tutkivat myös Brites ja Kõuts-Klemm (2018) virolaisten ja portugalilaisten 17–20-vuotiaiden ja 38–49-vuotiaiden osalta. Virolaisilla nuorilla tärkeä motivaatio oli uutisten henkilökohtainen merkitys: kiinnostusta oli uutisiin, jotka ovat opettavaisia ja kiinnostavia oman elämän kannalta. Portugalilaisilla nuorilla korostui ajatus hyvästä kansalaisuudesta motivaattorina, eli velvollisuudentunto. Lisäksi molempien maiden nuorilla motivaationa oli tulevaisuuteen valmistautuminen ja maailman tapahtumista perillä oleminen.

Myös demotivaatiotekijöitä tuli esiin. Portugalilaisten nuorten mielestä kulttuuria oli uutisissa liikaa, politiikkaa liian vähän ja tv-uutisten koettiin olevan liian asenteellisia. Vanhemmassa ikäryhmässä negatiiviset uutiset ja katastrofit saivat välttelemään uutisia. (Brites & Kõuts-Klemm 2018, 183–184.)

Mediatutkimusta enemmän motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä on tutkittu esimerkiksi pelitutkimuksessa, psykologiassa ja kasvatustieteissä. Kasvatustieteissä on selvitetty muun muassa opettajien työmotivaatiotekijöitä ja oppilaiden motivaatiota opiskeluun. Näissä tutkimuksissa on keskitytty motivaatiotekijöihin laajemmin eikä vain sisäiseen motivaatioon. Ulkoisista motivaatiotekijöistä havaittiin muun muassa, että turkkilaisten opettajien motivaatiota lisäsivät kiinnostuneet ja menestyvät oppilaat, kun taas epäkiinnostuneet ja epäkunnioittavat oppilaat heikensivät motivaatiota (Kızıltepe, 2008).

Tässä tutkimuksessa keskityn uutisia kuluttavien nuorten aikuisten omien tarpeiden ohella uutisissa oleviin motivaatio- ja demotivaatiotekijöihin. Koska nykyinen mediamaisema tarjoaa runsaasti valinnanvaraa, valintoihin vaikuttavat väistämättä uutisissa olevat elementit sekä niiden kiinnostavuus ja houkuttelevuus kuluttajille. Vaikka kuluttajalla olisi sisäinen motivaatio pysyä perillä maailman tapahtumista, hän voi valita kiinnostavamman median tai jutun, jos tietty lähde ei miellytä. Esimerkiksi sekä nuoremmat että vanhemmat virolaiset ja portugalilaiset halusivat itse päättää, mitä

uutisia he kuluttavat ja näin välttää tylsät aiheet (Brites & Kõuts-Klemm 2018, 187). Elenbaasin ym. mukaan sisäiset motivaatiotekijät vaikuttavat kaikista vahvimmin politiikan uutisten seuraamiseen, mutta myös ulkoisilla tekijöillä on vaikutusta (2012, 488–489). Voidaan siis olettaa, että haastateltavilla nuorilla aikuisilla on sisäisiä motivaatiotekijöitä, jotka saavat heidät kiinnostumaan politiikan uutisia, mutta ulkoiset motivaatio- ja demotivaatiotekijät vaikuttavat tarkemmin siihen, mitä juttuja he lopulta klikkaavat auki.

Britesin ja Kõuts-Klemmin tutkimuksessa todettiin, että haastateltavien omiin arvioihin demotivaatiosta pitäisi suhtautua varovaisesti, sillä kuten alla olevasta esimerkistä voi havaita, käyttäjä voi sanoa olevansa demotivoitunut, mutta silti kuluttaa mediaa:

“Äiti, joka sanoo, että hän on demotivoitunut eikä katso televisiouutisia, mutta ostaa aina viikkolehden, kuuntelee radiota ja käyttää nettiä, yrittää todennäköisesti kyynisesti sanoa, etteivät uutiset ole hänen mielestään uskottavia” (ks. Brites & Kõuts-Klemm 2018, 184, käännös SP).

Tämän takia pyrin selvittämään motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä testiartikkeleiden avulla, jolloin haastateltavat joutuvat valitsemaan erilaisten juttujen välillä ja perustelemaan valintojaan. Näin voidaan saada konkreettisempia ja todenmukaisempia vastauksia.

3 Aiempi tutkimus

Tässä osiossa käyn läpi aiempaa tutkimusta ensin median murroksen ja erityisesti nuorten sukupolvien näkökulmasta. Sen jälkeen kerron, mitä nuorten uutisten kuluttamisesta tällä hetkellä tiedetään sekä millaista politiikan uutisointi on ja miten se on muuttunut. Lopuksi käyn läpi nuorten kiinnostusta politiikkaan sekä erityisesti sitä, miten median kulutus vaikuttaa kiinnostukseen ja osallistumiseen. Viimeisessä alaluvussa pohdin tutkimusten kykyä havainnollistaa nuorten uutisten kulutusta ja poliittista kiinnostusta.

3.1 Median murros ja nuoret sukupolvet

Nykyistä mediamaisemaa kutsutaan usein yltäkylläiseksi. Erilaista median tarjontaa on enemmän kuin kysyntää siitäkin huolimatta, että median käyttö on nykypäivänä jatkuvaa. Älypuhelin mahdollistaa radion kuuntelun, televisio-ohjelmien katsomisen, uutisten lukemisen ja sosiaalisen median käytön missä tahansa ja milloin tahansa sekä usein yhtä aikaa muiden arjen tapahtumien ohessa. Median käyttö onkin lisääntynyt: se on lähes puolet valveillaoloajasta, noin 7–8 tuntia päivässä. Toisaalta käyttö on myös vähemmän keskittynyttä kuin ennen. (Seppänen & Väliverronen 2013, 51; Wiio & Nordenstreng 2017, 20.)

Tämä on johtanut Napolin (2010) mukaan median pirstoutumiseen ja yleisön autonomiaan. Pirstoutumisen takia medioita voi kuluttaa yhä useamman yhtiön alustalta, mutta samaa sisältöä hyödynnetään eri muodoissa, välineillä ja alustoilla. Sama juttu voi ilmestyä Etelä-Suomen Sanomissa ja Keski-suomalaisessa, tai samasta aiheesta voi kuulla lähes yhteneväisesti Helsingin Sanomien verkkosivuilta ja Nelosen tv-uutisista. Runsas valikoima antaa yleisölle vapauden valita, mitä kuluttaa, missä ja milloin. Sen sijaan, että lähes jokaisessa perheessä keräännyttäisiin Ylen puoli yhdeksän uutisten ääreen, mediat joutuvat kilpailemaan eriytyneistä ja pienistä niche-yleisöistä. (2011, 55–66, 77–84.)

Voimakkaimmin median murros on kiistämättä vaikuttanut nuoriin Y- ja Z-sukupolviin. Birdin mukaan (2011, 493) nuoret eivät enää käänny perinteisen median puoleen aikuistuuksaan, sillä uusien viestintämuotojen ansiosta heidän ei tarvitse seurata tv-

uutisia saadakseen tärkeimmät uutiset tietoonsa. Älypuhelimien ja verkon lisäksi merkittävä rooli on sosiaalisella medialla, joka on tuonut perinteiselle medialle niin hyvää kuin huonoa. Rutiininomaisesta uutisten seuraamisesta on erityisesti nuorten kohdalla siirrytty vahinkoaltistumiseen: nettiä ja somea selatessa uutisia tulee vastaan satunnaisesti ja pyytämättä esimerkiksi algoritmien takia (Yadamsuren & Erdelez 2011). Tämän takia ei välttämättä koeta tarvetta hakeutua uutissivustoille, mikä voi vähentää sitoutuneita kävijöitä. Toisaalta somen ansiosta uutismediat voivat saada algoritmien, tykkäysten ja jakojen avulla kävijöitä sivuilleen. Erityisesti Facebookissa voi tavoittaa sellaisia satunnaisia uutiskäyttäjii, joiden tavoittaminen olisi muuta kautta vaikeaa, ja näin uutiset pysyvät muuttuneessa mediamaisemassa osana useampien arkea. (Hermida 2016, 81, 84–85.)

Somen takia yleisö on muuttunut passiivisesta vastaanottajasta aktiiviseksi yleisöksi, kuluttajaksi ja jopa tuottajaksi (Hermida 2016, 83). Yleisösuhteen muuttuminen ja runsas tarjonta ovat pakottaneet mediat toimimaan aiempaa enemmän markkinoiden ja kuluttajien ehdoilla. Herkman (2009, 41) kutsuu muutosta tulosjournalismiksi, jossa hyvän journalismin tekemisen lisäksi tavoitteena ovat liiketaloudelliset tulokset. Esimerkiksi päivälehdillä mainostulot ovat laskeneet ja tilausten merkitys on korostunut (Jyrkiäinen 2017, 56–57). Monien perinteisten lehtitalojen pahimmat vuodet ovat kuitenkin ohi, sillä tulojen lasku on tasaantunut, kun tulot verkosta ja digitilauksista ovat kääntyneet kasvuun (Wiio & Nordenstreng 2017, 23–24). Medioissa ollaankin siirtymässä pelkästä klikkausten seuraamisesta kuluttajien sitouttamiseen ja eri yleisösegmenttien huomioimiseen. Yleisösegmenteistä vaikeimmin tavoitettavia ovat nuoret, koska heidän mediankulutuksensa on pirstoutunut ja valikoivaa. Lisäksi nuoria ei voida täysin nähdä yhtenäisenä niche-yleisönä, vaan ikäryhmän sisällä on useita eriytyneitä yleisöjä, joilla on erilaisia uutisrutiineja (ks. esim. Edgerly ym 2018). Heidän tavoittamisensa ja erityisesti sitouttamisensa vaatii medioilta vahvaa mieltymysten tuntemista ja tarjonnan kehittämistä.

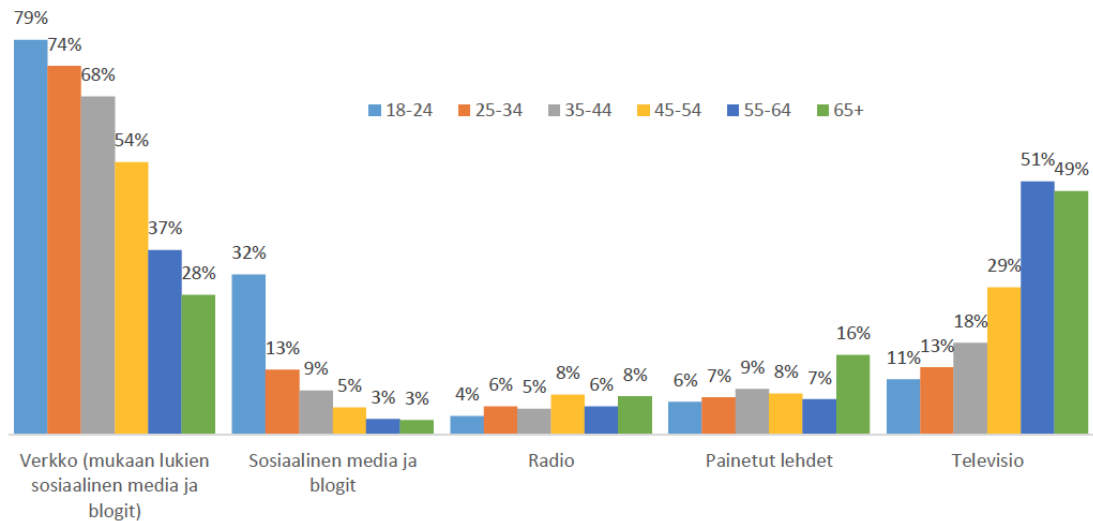
3.2 Nuoret ja uutismedioiden kulutus

Erilaisten tutkimusten ja kyselyjen perusteella tiedetään, että Y- ja erityisesti Z-sukupolvien uutisten kuluttaminen poikkeaa huomattavasti vanhemmista sukupolvista (taulukko 3.2.1). Reuters-instituutin mediankäyttökysely osoittaa, että alle 45-vuotiaille

suomalaisille verkko on ylivoimaisesti tärkein uutislähde. Sosiaalinen media ja blogit korostuvat kyselyn nuorimmilla eli 18–24-vuotiailla. (Reunanen 2019, 8–11.)

Digitaalisen median hallitseva asema näkyy myös siinä, että lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimuksessa havaittiin, että vaikka tutkimuksen kyselylomakkeessa pyrittiin selittämään käsitteitä, vastaajat sekoittivat keskenään laitteet, sovellukset, sisällöt ja ympäristöt: ”Vanhemmille polville tähdelliset mediaa kuvaavat käsitteet vaikuttavat olevan lapsille ja nuorille vähemmän merkityksellisiä tai jopa vieraita”. Termit muuttuvat nopeasti eikä eri sukupolvilla ole välttämättä yhteistä kieltä median hahmottamiseksi. (Merikivi ym. 2016, 6.)

Taulukko 3.2.1: Pääasialliset uutislähteet ikäryhmittäin Suomessa Reuters-instituutin Digital News Reportin Suomen maaraportin mukaan (Reunanen 2019, 11).



Q3/Q4: Kerroit, että käytit näitä uutislähteitä viimeisen viikon aikana. Mikä sanoisit olevan pääasiallinen uutislähteesi? Mediatyypit on tässä yhdistetty alkuperäisistä vastausvaihtoehdoista, ks. kuvio3. N = viimeisellä viikolla jotain uutislähdettä käyttäneet kussakin ikäryhmässä, 18–24: 181, 25–34: 298, 35–44: 306, 45–54: 343, 55–64: 425, 65+: 403.

Suomalaisista on perinteisesti puhuttu sanomalehtikansana, mutta vaikka painettujen lehtien suosio nuorten keskuudessa on heikkoa, ovat suomalaisnuoret kuitenkin verrattain ahkeria uutisten kuluttajia. Vertailukelpoista tietoa eri maiden nuorten uutiskulutuksesta ei ole kovin hyvin saatavilla, sillä yleensä vertailuja tehdään joko eri ikäryhmien tai eri maiden välillä eikä ristiin.

Vapaa-aikatutkimuksen mukaan suomalaisista 10–29-vuotiaista yli puolet käyttää eri medioita aktiivisesti uutisten seuraamiseen päivittäin tai useammin. Kuitenkin kun

tarkastellaan eri-ikäisiä tarkemmin, huomataan, että 18–25-vuotiaista 60–80 prosenttia käyttää medioita uutisseurantaan päivittäin tai useammin. Uutisten seuraaminen kasvaa iän myötä jatkuvasti ja muuttuu sekä tytöillä että pojilla päivittäiseksi rutiiniksi. (Merikivi ym. 2016, 21–22, 27.) Myös Virossa ja Norjassa on havaittu samanlaista uutisten kulutuksen lisääntymistä ja vakiintumista iän myötä (Opermann 2018; Slettemeås & Storm-Mathisen 2018). Käsitystä suomalaisnuorten hyvästä kansainvälisestä pärjäämisestä antavat tiedot virolaisnuorista: 15–19-vuotiaista hieman yli 20 prosenttia ja 20–29-vuotiaista 40 prosenttia seuraa uutisia päivittäin. (Opermann 2018, 94.)

Suomea on paras verrata samantyyppisiin maihin. Median osalta tällaisia ovat Pohjois- ja Keski-Euroopan maat. Esimerkiksi korkean medialukutaidon maita ovat Euroopan unionin maita vertailevassa tutkimuksessa muun muassa Suomi, Tanska, Iso-Britannia, Alankomaat ja Ruotsi. Yllä olevassa esimerkissä esitelty Viro sen sijaan sijoittuu keskitason medialukutaidon maihin, mikä voi selittää osin lukujen suurta eroa. (Celot 2009, 69–70.) Median toiminnan osalta Suomi kuuluu Hallinin ja Mancinin (2004) mediajärjestelmien jaottelussa demokraattiskorporatiiviseen malliin eli pohjoisen ja keskisen Euroopan malliin. Tässä luvussa esitellyt aiemmat tutkimukset keskittyvät pitkälti näihin maihin.

Nuorista ei voi kuitenkaan iän perusteella puhua liian pitkälle yhtenäisenä massana, sillä ikäryhmän sisällä on isoja eroja uutisten kuluttamisessa. Yksi erottava tekijä on kulttuurinen pääoma, joka on ainakin tietyllä tasolla yhteydessä sosioekonomiseen asemaan. Tanskalaistutkimuksessa korkean kulttuurisen pääoman omaavat 15–19-vuotiaat nuoret altistuivat politiikan uutisille kotona ja koulussa, joissa he katsoivat tv-uutisia ja lukivat lehtiä. Nuorilla oli vahva tarve olla tietoinen maailman tapahtumista. Heikon kulttuurisen pääoman omaavilla ei tällaista tarvetta ollut. Kotona he muistivat nähneensä ilmaisjakelulehden pöydällä ja vanhempien kanssa keskusteltiin viihdeohjelmista. Uutisia kulutettiin lähinnä käytännön syistä eli sen perusteella, mistä muut puhuvat ja mikä on hyödyllistä omassa elämässä. Tässä tutkimuksessa kulttuurisen pääoman tasoa selvitettiin taustakyselyllä, jossa kysyttiin muun muassa vanhempien työstä ja tuloista sekä perheiden kulttuurin kulutuksesta. (Hartley 2018, 49–51.)

Eroja voidaan hahmottaa myös uutisten käytön rutiinien avulla. Edgerly ym. (2018, 202–203) jaottelivat kyselyn perusteella yhdysvaltalaiset 12–17-vuotiaat neljään uutisrutiinityyppiin: 52 prosenttia oli uutisten välttelijöitä, 19 prosenttia käytti vain perinteisiä uutismedioita, 15 prosenttia käytti vain kuratoituja uutisia eli esimerkiksi somen kautta sekä 14 prosenttia oli kaikkiruokaisia. Eri tutkimukset tekevät erilaisia tyypittelyjä pohjautuen vaihteleviin mittauksiin, mutta ainoat useammassa tutkimuksessa tunnistetut yhteneväiset tyypit ovat olleet välttelijät ja kaikkiruokaiset (Edgerly ym. 2018, 195). Yhdysvaltalaisnuorten suuri osuus uutisten välttelijöissä ei todennäköisesti päde suomalaisnuoriin, sillä vapaa-aikatutkimuksen mukaan harvemmin tai ei ollenkaan mediaa uutisseurantaan käyttää 19 prosenttia 10–29-vuotiaista (Merikivi ym. 2016, 21). Koko väestön tasolla suomalaiset välttelevät uutisia vain vähän muihin maihin verrattuna (Reunanen 2019, 15).

Reuters-instituutin tutkimuksessa havaittiin myös neljä tärkeää hetkeä, jolloin nuoret sukupolvet kuluttavat uutisia. Aamuisin tarkistetaan tärkeimmät uutistiedot nopeasti. Kulkuvälineissä tai tauolla vilkuillaan uutisia ajankuluksi. Iltaisin tai viikonloppuisin saatetaan keskittyä uutisiin syvemmin, mutta toisaalta tämä hetki ei ole kovin yleinen. Lisäksi uutisia kulutetaan, jos puhelimeen tulee viesti tai notifikaatio kesken kaiken, mutta kuluttaminen on hyvin passiivista. (Kalogeropoulos 2019, 56.)

Nuorten ensimmäinen kontakti uutisiin aamuisin on älypuhelin. Erityisesti Z-sukupolvelle aamun uutiset tulevat some- ja viestipalveluista, kun taas yli 35-vuotiaat menevät suoraan uutissovellukseen tai -sivulle. (Kalogeropoulos 2019, 55–56.) Some on niin hallitseva osa mediamaisemaa, että esimerkiksi ruotsalaisnuorista lähes kaikki käyttävät somea ja lähes jokainen heistä törmää siellä uutisiin (Jervelycke Belfrage 2018, 105). Somessa olosta on tullut uutismedioille välttämätöntä, mikä näkyy muun muassa siinä, että isoilla uutismedioilla on nykyään omat sometoimittajansa. Heidän pääasiallinen tehtävänsä on jakaa uutisia eri kanaviin ja mahdollisesti myös tuottaa sisältöä, joka tehdään vain somea varten. Tällainen on esimerkiksi Yle Uutisten Instagram-tilillä julkaistava viikoittainen Menikö ohi? -uutisvisalähetys.

Uutiskäytössä suomalaisten nuorten aikuisten suosituimmat sovellukset ovat järjestyksessä Facebook, Youtube ja Whatsapp. Facebookin osuus on kuitenkin pienentynyt huomattavasti, kun taas Twitterin ja Instagramin käyttö uutisseurannassa

ovat lisääntyneet eniten. (Reunanen 2019, 31–32.) Kansainvälisesti katsottuna Instagram onkin jo kolmen suosituimman joukossa Whatsappin tilalla (Kalogeropoulos 2019, 57).

Uutismedioiden omien sometilien lisäksi somevaikuttajilla ja nuorten omalla lähipiirillä on havaittu olevan merkitystä uutisten näkemisessä omalla feedillä ja uutisten lukemisessa. Ruotsalaistutkimuksessa suurin osa nuorista arvioi, että he saavat uutisia vahingossa kaverien jakojen ja tykkäysten kautta, vaikka moni myös seuraa itse uutismedioita (Jervelycke Belfrage 2018, 108–110). Tähän on vaikuttanut myös merkittävästi Facebookin algoritmimuutos vuonna 2016, minkä takia algoritmit suosivat enemmän kavereiden ja vähemmän sivujen sisältöä. Yhdysvaltalaismediat kertoivat menettäneensä neljänneksen tai jopa puolet Facebookin kautta tulevista kävijöistä. Eniten vaikutuksia oli juuri perinteiseen mediaan, kun taas uudet uutissivustot kasvattivat kävijämääriään. Algoritmimuutoksen väitetään vaikuttaneen myös Donald Trumpin voittoon presidentinvaaleissa samana vuonna. (Schofield Clark & Marchi 2017, 29–30.) Algoritmit voivat myös syventää uutiskulutuksen sosiaalista jakoa: ne nuoret, joiden sosiaalisessa kuplassa ei seurata uutisia, eivät törmää uutisiin yhtä paljon omalla feedillään (Ørmen 2018, 146).

Malin Sveningsson (2015) on tutkinut ruotsalaisten 17–18-vuotiaiden käsityksiä sosiaalisesta mediasta yhteiskunnallisten uutisten lähteenä. Kuten voi arvata, some oli nuorille tärkein uutislähde, ja sitä pidettiin hyvänä tapana pysyä perillä tapahtumista ajantasaisesti. Nuoret suhtautuvat siihen kuitenkin varauksella, sillä sitä pidettiin myös yksipuolisena ja subjektiivisena. He olivat tietoisia siitä, että some tarjoaa valikoitunutta sisältöä. Vaikka alustoja ja kanavia on laajemmin kuin ennen, pitivät nuoret näkökulmien määrää rajattuna, minkä takia somea ei pidetty lukuisista kanavista huolimatta riittävän monipuolisena. Somessa nähtyjä uutisia ei välttämättä edes mielletty oikeiksi uutisiksi, vaikka ne tulevat yleensä isoilta mediataloilta. Somen yksipuolisuutta korvattiinkin hankkimalla tietoa myös perinteisestä mediasta. Some ei vaikuta korvanneen perinteisiä uutismedioita, sillä esimerkiksi isoissa uutistapahtumissa hakeudutaan yhä perinteisen median äärelle. (Sveningsson 2015, 5–8.) Tämä on havaittu myös Reuters-instituutin mediankäyttötutkimuksissa (Kalogeropoulos 2019, 58).

Kuten edellä olen esittänyt, somella on niin merkittävä vaikutus nuorten ja nuorten aikuisten uutiskäytössä, että tutkimuksen tekeminen sitä huomioimatta ei ole mahdollista. Haastateltavilta kysyttiinkin uutisten kulutuksesta myös somen kautta.

Nuoret ovat siis yhä kiinnostuneita uutisista, mutta osa aiheista on suosituimpia kuin toiset. Sami Kallinen ja Jens Berg (2019) analysoivat 17 500 uutisartikkelia 29 eri uutismediasta itse kehittämällään työkalulla, joka hyödyntää automaattista tekstianalyysiä ja uutismedioiden ikäprofiileja. Näiden avulla he selvittivät, mitkä ovat 18–34-vuotiaiden suosituimpia uutisaiheita. Eniten nuoria aikuisia kiinnostivat tutkimuksen mukaan tulevaisuuteen, uuteen tekniikkaan ja globaaleihin ilmiöihin liittyvät jutut sekä vinkit erilaisiin ensimmäisiin asioihin nuoren elämässä kuten ensimmäisen asunnon hankintaan. Vähiten suosittuja aihealueita olivat muun muassa sää, menneisyyteen liittyvät aiheet ja kansallinen politiikka. Poliitikasta erityisesti gallupit, puolueohjelmat ja senioreihin kohdistuva päätöksenteko menestyivät huonosti. On syytä kuitenkin huomauttaa, että Kallisen ja Bergin analyysi ei ole akateeminen tutkimus.

Lähes kaikissa tutkimuksissa politiikka mainitaan aiheena, joka nuoria kiinnostaa vähiten, kun taas viihde ja urheilu saavat laajempaa huomiota. Kuitenkin on havaittu, että nuoret ovat kiinnostuneita politiikassa tietyistä teemoista, jotka koskettavat enemmän heitä. Tällaisia ovat esimerkiksi koulutus, työllistyminen, henkilökohtainen talous ja syrjintä. (Wayne ym 2010, 79.) Uudemmissa tutkimuksissa kuten Jervelycke Belfragen ruotsalaistutkimuksessa esiin ovat nousseet esimerkiksi ilmasto, feminismi, maahanmuutto ja ihmisoikeudet (2018, 111). Sosioekonomisella asemalla on kuitenkin myös vaikutusta: keskiluokkaiset nuoret ovat kiinnostuneempia taloudesta, politiikasta ja kulttuurista, kun taas työväenluokkaiset nuoret paikallisuutisista (Lindell 2018, 136).

Miten nuoret sitten perustelevat kiinnostustaan ja mitä uutisilta halutaan? Tämä ei ole aivan suoraviivaista, mitä kuvaa Costera Meijerin suosion paradoksi, joka on havaittu myös muissa kvalitatiivisissa tutkimuksissa nuorten uutisten käytöstä (esim. Sveningsson 2015). Nuoret haluavat, että uutiset ovat vakavasti otettavia, mutta samalla niitä pidetään tylsinä eikä siksi seurata. Viihteellisiä seurataan, mutta niitä paheksutaan ja pidetään b-luokan sisältönä, jolla ei ole merkitystä. (2007, 106.) Kyse on ikään kuin järjen ja tunteiden välisestä kamppailusta, jossa toiveet ja teot eivät kohtaa.

Sytä kiinnostuksen puutteeseen on haettu nuorten ulkopuolisuuden tunteesta. Schofield Clark ja Marchi havaitsivat haastattelujen pohjalta, että monet nuoret kokivat, että toimittajat eivät edusta nuorten intressejä eivätkä he kuulu siihen kohderyhmään, jolle uutisia tehdään (2017, 80). Myös Sveningssonin tutkimuksessa ruotsalaisnuorista selvisi, että nuoret pitivät itseään ulkopuolisina yhteiskunnallisista uutisista eivätkä he löytäneet uutisista samaistumispintaa. Uutisia pidettiin myös ajoittain epäoleellisina ja tylsinä. (2015, 9.) Reuters-instituutin tutkimuksessa nuoret aikuiset nostivat esiin negatiivisuuden, sensaatiohakuisuuden, asenteellisuuden sekä sen, että omalle sukupolvelle tärkeät aiheet kuten ilmastonmuutos ja vähemmistöt eivät näy riittävästi mediassa (Kalogeropoulos 2019, 58).

Costera Meijerin mukaan laatu, totuus ja itsenäisyys ovat nuorille tärkeitä arvoja journalismissa, mutta esimerkiksi laatu määritellään uudella tavalla. Nuoret ovat tottuneet visuaalisuuteen, useisiin henkilöihin ja kerrontatapoihin. Myös uutisarvo nähdään erilaisena. Lifestyle, tyyli ja ihmissuhteet ovat merkittäviä asioita elämässä, joten uutisten pitäisi kattaa myös nämä aiheet. (2007, 112–113.) Tutkimus on vuodelta 2007, ja jos verrataan 2020-luvun tilanteeseen, voidaan huomata, että uutismediassa on pitkälti menty Costera Meijerin ehdottamaan suuntaan. Tarinallisuus on lisääntynyt, visuaalisuuteen panostetaan enemmän ja lifestyle-henkistä sisältöä on nykyään lähes kaikissa uutismedioissa. Costera Meijer onkin myöhemmin arvioinut, että paradoksi on siinä mielessä ratkaistu, että uutissivustoilla on aiheita politiikasta viihteeseen eikä jaottelu ole enää niin vahvaa (2016, 549–550).

3.3 Poliitiikan uutisoinnin muutokset

Median murros on muuttanut vuosikymmenien aikana myös politiikan uutisointia. Kun vielä 1960–70-luvuilla mediat olivat tiukasti sidoksissa puoluepolitiikkaan eikä valtaapitävien kritisointi ollut tavanomaista, toimittajat keskittyivät raportoimaan tapahtumista. Välit kiristyivät ja kritiikki lisääntyi hiljalleen erityisesti Mauno Koiviston ollessa presidenttinä. (Väliaverronen & Kunelius 2009, 225.) Koivistoa pidetäänkin Suomen ensimmäisenä media-ajan presidenttinä (Noppari & Niemi 2017, 251).

Kun median vaikutukset ovat kasvaneet yhteiskunnassa, on median logiikka ainakin jossain määrin ohjannut politiikkaa. Median logiikkaan ajatellaan kuuluvan esimerkiksi dramatisointi, vastakkainasettelu, yksinkertaistaminen ja henkilöiminen. Poliitikassa toimitaan edelleen politiikan oman logiikan mukaan, mutta poliitikot ottavat median logiikan huomioon toiminnassaan. Mediassa esiintyvät usein kiinnostavat ja hyvin viestivät poliitikot. Kuitenkin myös asemalla on yhä vaikutusta, mikä näkyy siinä, että kulloinenkin hallitus saa eniten näkyvyyttä, mutta myös mahdollisimman vastakkaisilla näkemyksillä saa huomiota. (Isotalus 2017, 15–29.)

Väliverronen ja Kunelius (2009) tutkivat Helsingin Sanomien politiikan osaston uutisia 1960-luvulla, 1990-luvulla ja vuonna 2005. Poliitiikan uutisten havaittiin muuttuneen kanta-aottavammiksi ja juttutyypit olivat monipuolistuneet. Poliitikkoja ei enää esitetty auktoriteetteina vaan omien näkökulmiensa edustajina. Kun media on ottanut etäisyyttä politiikkaan, on muutos mahdollistanut myös toimittajien mielipiteiden esittämisen kolumnien muodossa. Vuosikymmenien aikana toimittajien valta juttujen dramaturgiaan oli myös lisääntynyt: taustoittamisella ja kehystämällä annettiin jutuille erilaisia sävyjä verrattuna siihen, että aiemmin raportointiin lakoniseen tyyliin. (2009, 230–231, 234, 243.) Kun aiheita myös taustoitetaan aiempaa enemmän, mahdollistaa tämä politiikan uutisten seuraamisen paremmin myös sellaisille kuluttajille, jotka eivät ole niin perillä politiikan käänteistä. Nykypäivänä nuorten politiikan uutisten seuraamiselle vaikuttaisi olevan hyvät edellytykset.

Poliitiikan uutisia on tutkittu pitkälti siitä näkökulmasta, miten ne ovat vaikuttaneet ihmisten asenteisiin, vaalien tuloksiin ja politiikan sisältöihin. Kuluttajien kiinnostusta ei ole tutkittu juuri muuten kuin vertailemalla niin sanottujen kovien ja pehmeiden uutisten (*hard and soft news*) kysyntää. Poliitiikan uutisia on ehkä alan sisällä pidetty pitkään arvokkaampina kuin muita uutisia, joten lukumäärillä ei ole niin suurta merkitystä. Poliitiikan uutiset ovat vaikeassa välikädessä toteuttamassa sekä nykypäivän kaupallisia ja lukijalähtöisiä tavoitteita että median perinteistä roolia vallan vahtikoirana.

Verkko ja sosiaalinen media ovat kuitenkin vaikuttaneet lukutapojen muutokseen, mikä voi vaikuttaa myös politiikan uutisten lukemiseen. Verkossa käyttäjät valikoivat pidempään ja tarkemmin, minkä jutun päättävät lukea, kun taas printissä lukijat

selailevat hieman kaikkea (Pearson & Knoblock-Westerwick 2018, 3591). Siksi jutun pitäisi herättää kiinnostus tehokkaammin verkossa. Tutkijat ovat havainneet, että yltäkylläinen mediamaailma vaikuttaa myös siten, että kuluttajat valitsevat viihteellisempää katsottavaa, jos valinnanvaraa on enemmän. Kun vaihtoehtoja on vähemmän, valitaan todennäköisemmin kovia uutisia tai edes uutisia ylipäänsä. Toisin kuin voisi siis kuvitella verkon laajat valintamahdollisuudet eivät vaikuta ohjaavan käyttäjiä monipuoliseen uutiskulutukseen. (Panek 2016, 842–844.) Kuitenkin vastaavien tutkimuksien lähtökohtia voi kritisoida, sillä jako koviin ja pehmeisiin uutisiin juontaa juurensa 1900-luvun puoliväliin (esim. Schramm 1949, ks. Panek 2016, 843), ja jako on nykypäivän mediamaisemassa keinotekoinen. Uutiset esimerkiksi politiikan henkilöistä, yksityiselämästä tai kohuista ovat tehokas sekoitus kovaa politiikkaa ja pehmeää viihdettä. Sen lisäksi, että vuosikymmenten aikana on pelätty ihmisten kiinnostuksen politiikan uutisiin katoavan, on median viihteellistymisen ja kaupallistumisen pelätty kadottavan politiikan sivuiltaan. Tutkimuksissa on kuitenkin todettu, että näistä ilmiöistä huolimatta politiikan uutisille on mediassa paljon tilaa (Noppi & Niemi 2017, 255).

3.4 Uutismedian vaikutukset nuorten poliittiseen kiinnostukseen ja osallistumiseen

Poliittinen kiinnostus, osallistuminen ja uutiset liittyvät olennaisesti toisiinsa. Nuorten kiinnostukseen ja osallistumiseen vaikuttavat monet tekijät kuten ikä, perhe ja koulutus, mutta myös medially ja uutisilla on havaittu olevan vaikutusta. Tämän takia nuorten politiikan uutisten kuluttamisen kannalta on tärkeää hahmottaa myös yleinen kiinnostus politiikkaan.

Parhaan käsityksen suomalaisnuorten kiinnostuksesta ja vaikuttamisesta antaa vuoden 2018 nuorisobarometri, johon on haastateltu lähes 2 000 nuorta. Tutkituista 15–29-vuotiaista politiikasta oli erittäin kiinnostunut 11 prosenttia, jonkin verran 50 prosenttia, vain vähän 30 prosenttia ja ei lainkaan 8 prosenttia. Näin ollen vajaa kaksi kolmasosaa arvioi olevansa kiinnostunut politiikasta, mitä voi pitää varsin hyvänä lukuna. Kun vertaillaan aiempia tutkimuksia vuodesta 1996 lähtien 18–29-vuotiaiden osalta, havaitaan, että vuoden 2018 tutkimuksessa jonkin verran kiinnostuneiden osuus on

suurempi ja ei lainkaan kiinnostuneiden osuus pienempi kuin koskaan aiemmin. Myös kansainvälisesti vertailtuna suomalaisnuorten kiinnostuksessa politiikkaan on ollut kasvua, joka on suurempaa kuin kaikkien maiden keskiarvo. Tosin kansainvälisessä vuoden 2016 ICCS-tutkimuksessa kiinnostusta selvitettiin erilaisten muuttujien kuten poliittisista asioiden keskustelun kautta, kun taas nuorisobarometrin luvut ovat nuorten itsensä ilmoittamia. Se, mitä kiinnostus politiikkaan tarkoittaa, jää nuorten omaksi arvioksi. Molemmat tutkimukset kuitenkin osoittavat, että positiivista muutosta on tapahtunut. Samaa kasvua on havaittu koko väestön tasolla. (Pekkarinen & Myllyniemi 2018, 20, 23–24.)

Poliittisen osallistumisen muodoista äänestäminen ja ostopäätöksillä vaikuttaminen ovat ylivoimaisesti suomalaisnuorten yleisimmät keinot. Usein tai joskus näitä keinoja on käyttänyt liki 80 prosenttia vastanneista. Kuitenkin vain 15 prosenttia vastasi olleensa mukana jonkinlaisessa poliittisessa toiminnassa ja 45 prosenttia on vaikuttanut itselleen tärkeisiin yhteiskunnallisiin asioihin. Moni siis vaikuttaa yksittäisten toimien kautta, mutta harvempi on mukana laajemmassa vaikuttamistyössä. Kiinnostavaa on kuitenkin, että alle 20-vuotiaiden mukanaolo poliittisessa toiminnassa on yleistynyt. Syitä on vaikea arvioida, sillä voi olla, että he ovat aiempaa kiinnostuneempia vaikuttamaan tai viime vuosina on ollut esillä nuorille ajankohtaisia aiheita. Tulevissa nuorisobarometreissa on varmasti kiinnostavaa nähdä, onko esimerkiksi nuorten ilmastolakoilla ollut vaikutusta, sillä tässä nuorisobarometrissä vaikutukset tuskin ehtivät näkyä. Eurooppalaisen vertailun mukaan suomalaisnuoret osallistuvat kuitenkin mielenosoituksiin vähemmän kuin eurooppalainen keskiarvo. Sen sijaan keskiarvoa enemmän suomalaisnuoret äänestävät vaaleissa ja osallistuvat boikotteihin. (Pekkarinen & Myllyniemi 2018, 25–27, 31–32, 35.)

Tulokset antavat positiivisen kuvan siitä, että alle 30-vuotiailla olisi varsin hyvät perusedellytykset olla kiinnostuneita myös politiikan uutisista. Nuorisobarometrissä kysyttiin arviota siitä, ymmärtävätkö nuoret maamme tärkeimpiä poliittisia asiakysymyksiä: 61 prosenttia oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä ja vain 18 prosenttia täysin tai jokseenkin eri mieltä. He, jotka eivät koe ymmärtävänsä sisältöjä, eivät ole myöskään kiinnostuneita politiikasta. Kuitenkin havaittiin, että vaikuttaminen kasaantuu samoille nuorille. Esimerkiksi äänestäneet nuoret osallistuvat

todennäköisemmin myös muilla tavoilla ja kiinnostuneet nuoret vaikuttavat konkreettisilla keinoilla. (Pekkarinen & Myllyniemi 2018, 21, 83.)

Median käytön positiivinen vaikutus ainakin poliittiseen osallistumiseen ja tietämykseen on laajasti tutkittu ja todettu. Se, missä määrin osallistuminen, kiinnostus tai tietämys lisää median käyttöä, johtaa klassisen kysymyksen äärelle: kumpi tuli ensin, muna vai kana? Utisten ja poliittisen kiinnostuksen yhteyttä ovat tutkineet muun muassa Jesper Strömbäck ja Adam Shehata. He pystyivät ensimmäistä kertaa todistamaan tutkimalla ruotsalaisia aikuisia, että yhteys on kausaalinen ja molemminpuolinen erityisesti silloin, kun kyse on politiikan uutisten seuraamisesta. Poliitiikan uutisten seuraaminen siis lisää poliittista kiinnostusta, ja poliittisesti kiinnostuneet etsivät todennäköisemmin politiikan uutisia mediasta. Ihmisten poliittinen kiinnostus lisääntyi erityisesti siinä tapauksessa, jos he seurasivat uutismedioita, jotka raportoivat politiikasta paljon ja vakavasti. Esimerkiksi tabloidilehtien seuraamisella ei ollut vastaavanlaista ja yhtä merkittävää vaikutusta. (2010, 587–588, 590.) Sanne Kruikemeier ja Adam Shehata (2017) ovat puolestaan havainneet, että myös nuorilla median käytön vaikutukset poliittiseen kiinnostukseen ja osallistumisaikomukseen ovat positiivisia sekä ainakin joltain osin molemminpuolisia.

Selvä yhteys uutisten ja politiikan välillä oli myös Edgerlyn ym. yhdysvaltalais tutkimuksessa nuorten uutisrutiinityypeistä. Uutisten välttelijät olivat kaikista vähiten kiinnostuneita politiikasta, ja he osallistuivat politiikkaan vähiten. Sen sijaan kaikkiruokaiset olivat kaikista kiinnostuneimpia ja halukkaimpia osallistumaan. Tutkimuksen yhdysvaltalaisilla oli myös puoluekohtaisia eroja: demokraatit olivat todennäköisemmin kaikkiruokaisia ja republikaanit välttelijöitä (2018, 203–205, 207.) Myös Suomessa nuorisobarometri antaa samansuuntaisia tuloksia: vasemmistoliiton, vihreiden ja kokoomuksen nuoret kannattajat ovat kiinnostuneempia politiikasta kuin SDP:n, perussuomalaisten ja keskustan nuoret kannattajat (Pekkarinen & Myllyniemi 2018, 21). Aiempien tutkimusten pohjalta voidaan arvioida, että vasemmistoliiton, vihreiden ja kokoomuksen kannattajat todennäköisesti seuraavat myös ahkerammin uutisia, vaikka toisaalta myös muilla ominaisuuksilla kuten vanhempien koulutus- tai tulotasolla lieenee vaikutusta.

Verkosta ja somesta on toivottu pelastajaa nuoren sukupolven heikolle poliittiselle innostukselle. Tulokset riippuvat jonkin verran siitä, mitä tarkalleen tutkitaan ja miten. Esimerkiksi somen käytöllä sekä yleisesti että uutisten seuraamiseen on havaittu useammassa tutkimuksessa olevan positiivinen vaikutus poliittiseen osallistumiseen (Dimitrova ym. 2014; Holt ym. 2013; Strömbäck ym. 2018). Kuitenkin tutkimuksissa arvioidaan, että taustalla on oltava jonkinlaista kiinnostusta ennestään, jotta somella olisi vaikutusta (Dimitrova ym. 2014; Holt ym. 2013).

Median yleisen käytön lisäksi myös sisällöllä ja erityisesti representaatiolla voi olla vaikutusta siihen, miten nuoret suhtautuvat itseensä, omaan sukupolveensa ja mahdollisuuksiinsa vaikuttaa politiikassa. Wayne ym. tutkivat nuorten representoimista brittiläisissä tv-uutisissa ja havaitsivat, että nuoria käsittelevistä uutisista 87 prosenttia liittyi rikoksiin tai nuoriin julkkiksiin kuten urheilijoihin. Poliitiikkaan liittyvissä aiheissa nuoria ei juurikaan mainittu tai haastateltu. (2010, 104, 108.) Tutkijat ovat kuitenkin erimielisiä siitä, onko medialla todella negatiivista vaikutusta poliittiseen osallistumiseen. Esimerkiksi nuorten aktivismista on aiemmin usein uutisoitu negatiivisesti ja alentavasti, mikä on joidenkin tutkimusten mukaan jopa heikentänyt nuorten halua osallistua politiikkaan (Wayne ym 2010, 83). Joidenkin teorioiden mukaan media heikentää luottamusta politiikkaan ja käsitystä poliittisen järjestelmän toimivuudesta. Toisaalta esimerkiksi Strömbäckin ja Shehatan tutkimuksessa poliittisella kiinnostuksella ja uutismedioilla ei ollut negatiivisia vaikutuksia toisiinsa, ei edes tabloideilla. (2010, 577, 590.) Suomessa mediat ovat heränneet viime vuosina tavoittamaan nuorta yleisöä, minkä voi olettaa näkyvän myös siinä, että nuoria esiintyy mediassa enemmän ja useampien aiheiden yhteydessä kuin aiemmin.

3.5 Kriittinen katsaus nuoriin keskittyvistä tutkimuksista

Nuorten, median ja politiikan keskinäisiä suhteita on tutkittu jo vuosikymmeniä eri näkökulmista. Tutkimusten perusteella voidaan todeta, että nuorten suhde mediaan ja politiikkaan on olennaisesti erilainen kuin aiemmilla sukupolvilla. Näiden tutkimusten pohjalta onkin usein vedetty johtopäätöksiä, jotka viittaavat siihen, että nuoret eivät olisi kiinnostuneita uutisista tai politiikasta, nuoret eivät osallistuisi vaikuttamiseen, tietävät heikosti politiikan tapahtumista ja haluavat vain seurata viihdettä.

Moniin tutkimuksiin liittyy kuitenkin ongelmia, jotka saattavat vääristää kokonaiskuvaa. Kuten aiemmin jo totesin, esimerkiksi mediaan liittyvät termit muuttuvat nopeasti (Merikivi ym. 2016, 6). Jo muutaman vuoden takaiset tutkimusartikkelit saattavat sisältää vanhentuneita termejä, luokitteluja ja käsityksiä erityisesti mediasta, mutta myös poliittisen kiinnostuksen, osallistumisen ja vaikuttamisen muodoista.

Yleinen ongelma vaikuttaa esimerkiksi olevan se, että nuorten kiinnostusta uutisiin ja kuluttamista on tutkittu paljon perinteisen median kautta eikä kulutusta sosiaalisen median kautta ole huomioitu (Sveningsson 2015, 2). Myös perinteisen median määrittely on vaikeaa, koska vaikka verkossa on medioita, joiden sisältö tuotetaan vain nettiin, on iso osa kuitenkin perinteisten mediayhtiöiden tuottamia. Myös somessa luetut uutiset tulevat usein perinteisestä mediasta, mutta silti perinteinen media sekä verkko ja some ovat joissain tutkimusasetelmissa erilliset.

Nuorten ja politiikan yhteyttä tutkittaessa taas sorrutaan hyvin perinteiseen käsitykseen siitä, mitä poliittinen osallistuminen tarkoittaa. Esimerkiksi Holtin ym. (2013) tutkimuksessa poliittinen osallistuminen määriteltiin vaikuttamiseksi joko suoraan päätöksentekoon tai välillisesti äänestämällä edustajia. Kruikemeierin ja Shehatan (2017) tutkimuksessa nuorilta kysyttiin, aikovatko he todennäköisesti tulevaisuudessa äänestää, kuulua puolueeseen tai lähteä ehdokkaaksi. Toisaalta nuorisobarometrissä huomattiin, että nuoret hahmottavat politiikkaa vastaavien perinteisten muotojen kautta (Pekkarinen & Myllyniemi 2018, 20). Voi olla kuitenkin vaikea arvioida, johtuuko se nuorista itsestään vai siitä, että yhteiskunnallisessa keskustelussa politiikkaan osallistuminen rajataan kapeasti. Millaisia tuloksia saataisiin, jos kanta-aottavan Instagram-postauksen jakaminen tai keskustelu kavereiden kanssa laskettaisiin poliittiseen osallistumiseen?

Yhdysvaltalaisutkija Edward M. Horowitz arvosteli jo vuonna 2007 tutkimuksia, jotka selvittivät nuorten ja nuorten aikuisten poliittista tietämystä todeten usein, että tietämys on heikkoa. Horowitz huomautti, että poliittisen tietämyksen kriteerit on tehty aikuisia varten jo vuosikymmeniä sitten eivätkä ne siksi sovellu nykypäivän nuorten tietämyksen mittaamiseen. Poliittiseen tietämykseen lasketaan esimerkiksi poliittisten

henkilöiden tunnistamista ja lainsäädäntövallan toiminnan ymmärtämistä. Tietämys pitäisikin Horowitzin mielestä nähdä osana sosiohistoriallista kontekstia. Esimerkiksi omaksi yhteisöksi ei välttämättä mielletä kansakuntaa tai maantieteellisen sijainnin perusteella yhteisöksi luokiteltavia kaupunkeja tai osavaltioita. Monet nuoret eivät ehkä tunnista osavaltionsa päättäjiä, mutta heillä saattaa olla hyvin tietämystä esimerkiksi LGBTQ-yhteisöön liittyvistä aiheista. (2007, 175–176.)

Kysymyksillä on siis merkitystä. Yksi hieman absurdi esimerkki on Kruikemeierin ja Shehatan tutkimuksen kysymys siitä, mitä vastaaja ajattelee politiikasta. Viisiportaisen vastausasteikon ääripäät olivat erittäin tylsä (extremely boring) ja erittäin hauska (really fun) (2017, 227). Politiikka on ehkä erilaisia asioita eri ihmisille, mutta harvassa ovat ne, jotka käyttäisivät termiä hauska. Järkevämpi vastinpari tylsälle voisi olla kiinnostava, hyödyllinen tai mielekäs.

Kuten monet uudemmat tutkimukset onneksi jo tunnistavat, nuoret seuraavat uutisia, ovat kiinnostuneita politiikasta ja osallistuvat yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen, mutta mahdollisesti myös muilla keinoilla kuin sanomalehtiä lukemalla ja muutaman vuoden välein äänestämällä. Ei kuitenkaan ole mikään ihme, jos vanhentuneilla mittareilla on pitkään julistettu median ja politiikan kuihtumista.

Mittareiden lisäksi myös itseraportoidut tiedot voivat vääristää kokonais kuvaa. Asiaa tutkinut Markus Prior (2009) toteaa, että yli- ja aliraportointi on kyselypohjaisissa tutkimuksissa yleistä. Esimerkiksi Priorin omassa tv-uutisten katselua selvittäneessä tutkimuksessa havaittiin, että 18–34-vuotiaat yliraportoivat omaa kulutustaan enemmän kuin muut ikäryhmät (2009, 135–137). Sen sijaan Malin Sveningssonin (2015) tutkimuksessa havaittiin mediapäiväkirjojen ja haastattelujen tietoja vertaamalla, että nuoret kokivat seuraavansa uutisia vähemmän kuin todellisuudessa. Sveningsson huomauttaa, että vääristynyt kuva voi olla haitallinen sekä nuorille, jotka kuvittelevat olevansa huonoja kansalaisia heikon uutisseurannan takia, että yhteiskunnalle, joka saa huonon kuvan nuorista (2015, 9). Jos käsitys nuorista on se, että he eivät ole kiinnostuneita politiikasta tai uutisista, se tuskin kannustaa kehittämään politiikan uutisointia.

Edellä mainituista syistä johtuen en tässä tutkimuksessa pyri selvittämään tarkkoja määriä sille, paljonko nuoret kuluttavat politiikan uutisia. On mahdollista, että tutkimuksen kvalitatiivisesta luonteesta huolimatta nuoret vähättelevät tai suurentelevat omaa kulutustaan, mutta tutkimukseni lopputuloksen kannalta sillä ei ole suurta merkitystä, koska tarkoituksena oli kerätä nuorten ajatuksia politiikan uutisoinnista ja omasta kulutuksesta yleisellä tasolla sekä erityisesti havainnoida kulutusta testiartikkelien avulla. Priorin (2009) tutkimus, jossa nuoret yliporitoivat kulutustaan oli lähtökohdiltaan hyvin erilainen kuin oma tutkimukseni. Tutkimus oli kvantitatiivinen, ja siinä vertailtiin keskenään tv:n käyttöä mittaavan laitteen tietoja ja ihmisten itse arvioimia kuluneen viikon katselumääriä. Tämän takia Priorin tuloksista ei voida suoraan todeta, että tässä tutkimuksessa nuorten yliporitointi olisi merkittävä ongelma, sillä heiltä ei kysytä määriä.

4 Tutkimusasetelma ja tutkimuskysymykset

Aiemmissa luvuissa olen esitellyt tutkimukseni viitekehyksen ja tarvittavan aiemman tutkimuksen. Seuraavaksi esittelen tutkimuskysymyksiin liittyvät hypoteesit, minkä jälkeen kerron tarkemmin menetelmistä ja aineistosta sekä käytännön toteutuksesta.

4.1 Tutkimuskysymykset ja hypoteesit

1. Millaisia politiikan uutisten kuluttajia nuoret aikuiset ovat oman käsityksensä mukaan?

Kuten aiemmin esitin, useissa tutkimuksissa on havaittu, että kun selvitetään nuorten kiinnostusta uutisiin ja eri aiheisiin, politiikka korostuu aihealueena, joka useimmin mainitaan epäkiinnostavana tai jopa välteltävänä (ks. esim. Wayne ym 2010; Sveningsson 2015; Brites & Kouts-Klemm 2018; Kallinen & Berg 2019). Toisaalta nuorten uutisrutiinit vaikuttavat jakaantuneen niin, että on nuoria, jotka eivät ole lainkaan kiinnostuneita uutisista ja nuoria, jotka ovat kiinnostuneita uutisista ja mahdollisesti myös politiikan uutisista (ks. esim. Edgerly ym 2018). Tämän tutkimuksen haastateltavat todennäköisesti ovat nuorten kuluttajien aktiivisemmasta päästä, mutta on odotettavissa, että he väheksyvät omaa politiikan uutisten seuraamista. Yksi syy voi olla se, että aiempien tutkimusten mukaan nuoret eivät pidä sosiaalisen median selaamisesta uutisten seuraamisena, vaikka some on suosittu uutislähde (Sveningsson 2015, 8). Vuoden 2018 nuorisobarometrin (Pekkarinen & Myllyniemi 2019) mukaan nuorten kiinnostus politiikkaan on ennätystasolla, joten on oletettavaa, että kiinnostus on suurempaa kuin itsearvioitu toteutunut uutisten kulutus.

Pyrin selvittämään haastateltavien ajatuksia politiikasta uutisten aihealueena ja yleisesti haastateltavien uutistottumuksia tutkimuskysymyksellä ”Millaisia politiikan uutisten kuluttajia nuoret aikuiset ovat oman käsityksensä mukaan?”. Kvantitatiivisia määriä tai aikoja ei ole mielekästä tässä yhteydessä selvittää, sillä esimerkiksi Deuzen (2005) mukaan ihmisten on vaikea tutkimuksissa eritellä median parissa käytettyä aikaa, koska käyttö on nykyaikana jatkuvaa ja sitä tapahtuu pienissä erissä pitkin päivää (ks. Bird 2011, 503). Tämän takia keskityn haastateltavien omiin arvioihin siitä, miten politiikan uutisten seuraaminen suhteutuu muuhun uutisten kuluttamiseen. Kysyn haastattelussa

esimerkiksi, miten he kuvailisivat itseään uutisten ja politiikan uutisten kuluttajina sekä miten heidän uutistottumuksensa ovat muuttuneet viime vuosina.

2. Mitkä tekijät motivoivat nuoria aikuisia politiikan uutisten kuluttamiseen?
3. Mitkä tekijät demotivoivat nuoria aikuisia politiikan uutisten kuluttamiseen?

Tarkastelen motivaatiota ja demotivaatiota erityisesti kolmen jutuissa esiintyvän tekijän näkökulmasta: (1) jutun aihe (2) jutun otsikossa ja kuvassa mahdollisesti esiintyvä puolue sekä (3) jutun otsikossa ja kuvassa esiintyvän henkilön ikä. Koska kyseessä on laadullinen tutkimus, tarkoituksena on kuulla erityisesti haastateltavien perusteluja sille, miksi he valitsisivat jonkin jutun luettavaksi ja jonkin jättäisivät lukematta.

Juttujen aiheiden osalta on odotettavissa, että esimerkiksi ilmiöihin ja arkeen liittyvät jutut kiinnostavat nuoria aikuisia, koska niiden näkökulma on usein samaistuttava ja lisäksi ne tarjoavat syvällisempää tietoa kuin uutiset päivänpolitiikan käännteistä. Esimerkiksi Kallisen ja Bergin analyysissä nuorten uutisaiheiden valinnasta havaittiin, että samaistuminen juttuaiheisiin on nuorille tärkeää (2019, 101). Nuorten uutisten kuluttaminen onkin keskimäärin valikoivaa ja lähtöisin omista kiinnostuksenkohteista (Opermann 2018, 100). Wayne ym. havaitsivat tutkimuksessaan, että brittinuoret eivät katsoneet politiikkaan keskittyviä tv-ohjelmia, koska niiden koettiin käsittelevän mitättömiä riitoja puolueiden välillä, pitkään jatkuneita ja itselle tuntemattomia aiheita sekä olevan liian eliittivetoisia (2010, 210–211).

Odotettavissa on, että samaistumisen tarve näkyy myös siinä, että haastateltavat ovat kiinnostuneempia jutuista, joissa esiintyvät heidän itsensä kannattamat puolueet. Jutuissa esiintyvistä puolueista korostuvat todennäköisesti vihreät ja kokoomus, jotka ovat vuoden 2018 nuorisobarometrin mukaan suosituimmat puolueet alle 30-vuotiailla suomalaisilla (Pekkarinen & Myllyniemi 2019, 42). Toisaalta perussuomalaiset oli vuoden 2019 eduskuntavaalitutkimuksen mukaan 18–34-vuotiaiden ikäryhmässä suosituin puolue, kun taas toisena oli vihreät ja kolmantena kokoomus (Isotalo ym. 2019, 14). Kuitenkin esimerkiksi perussuomalaisia koskevat uutiset saattavat herättää laajempaa kiinnostusta, koska populistipuolueena sillä on sensaatioarvoa myös niille, jotka eivät puoluetta äänestäisi.

Myös jutussa esiintyvän henkilön ikä vaikuttanee kiinnostukseen. Jos juttuun on haastateltu nuorta henkilöä esimerkiksi jonkin poliittisen päätöksen vaikutuksesta omaan elämään, voi se tehdä aiheesta samaistuttavan ja tuoda sen konkreettisesti arjen tasolle.

Nuoremmat poliitikot saattavat olla tutumpia kuin vanhemmat. Nuoremmat poliitikot ovat todennäköisemmin myös esillä sellaisista aihepiireistä, jotka koskettavat haastateltavia itseään. Kuitenkin tunnettu persoona, kuten vihreiden Pekka Haavisto tai perussuomalaisten Jussi Halla-aho, saattaa iästä riippumatta herättää enemmän kiinnostusta kuin nuori poliitikko. Viimeisten vuosikymmenien aikana politiikka onkin muuttunut henkilövetoisemmaksi (Isotalus 2017).

Poliitikon iän vaikutusta esimerkiksi äänestyskäyttäytymiseen ei ole merkittävästi tutkittu. Ylen uutiseen haastateltu Lapin yliopiston sukupuolentutkimuksen professori Päivi Naskali arvioi jutussa, ettei ikä ole yhtä ratkaiseva tekijä kuin ehdokkaan sukupuoli (Kuivas 2019). Kuitenkin uutisartikkelin lukeminen on intuitiivisempi valinta kuin äänestyspäätös, jolloin nuori poliitikko voi herättää kiinnostuksen alitajuntaisesti.

4.2 Menetelmä

Tutkimus tehtiin laadullisten haastattelujen avulla. Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina, jotta artikkeleiden tutkiminen ja arvioiminen voitiin tehdä mahdollisimman rauhallisessa ympäristössä eivätkä muiden haastateltavien mielipiteet vaikuttaneet yksilöiden pohdintaan.

Menetelmäksi valitsin puolistrukturoidun haastattelun eli teemahaastattelun. Teemahaastattelussa aiheet ja kysymykset ovat etukäteen valittuja ja kaikille haastateltaville samat, mutta vastausvaihtoehtoja ei ole. Tämän lisäksi haastateltaville voi esittää tarkentavia kysymyksiä riippuen heidän vastauksistaan. (Tuomi & Sarajarvi 2018, 65.) Toteutan teemahaastattelun poikkeuksellisella tavalla: 50 testiartikkelilla luodaan simulaatio uutisetusivusta tai somealustasta, joka tarjoaa erilaisia juttuja ja joista haastateltava valitsee mieleisensä. Kaikille samat testiartikkelit ohjaavat haastatteluja väkisinkin strukturoidusti, mutta haastateltavien valinnat artikkelien välillä

vaikuttavat jatkokysymyksiin ja jutuista käytyyn keskusteluun. Tämän takia menetelmäksi ei soveltuisi strukturoitu tai avoin haastattelu.

Haastattelu koostui kahdesta osasta. Ensimmäisessä osassa kävimme läpi 50 testiartikkelia. Toisessa osassa haastateltavilta kysyttiin uutismedioiden ja politiikan uutisten kuluttamiseen liittyvistä rutiineista ja niiden mahdollisesta muutoksesta. Kysymykset olivat kysymysrungosta ja kaikille samat, mutta saatoin esittää tarvittaessa lisäkysymyksiä, jotka kuitenkin olivat pitkälti samoja riippuen siitä, kuinka kattavasti haastateltava oma-aloitteisesti vastasi.

Haastatteluihin osallistui 12 nuorta aikuista, jotka olivat haastatteluhetkellä 18–24-vuotiaita eli syntyneet vuosina 1996–2002. He edustavat siis Z-sukupolvea. Kyseinen ikärajaus on valittu, koska aiemmissa tutkimuksissa on havaittu, että tätä nuoremmat kuluttavat uutisia satunnaisesti, kun taas kulutus rutinoituu parikymppisenä (esim. Merikivi ym. 2016). Myös esimerkiksi vanhempien uutisten lukemisen yhteyttä nuorten uutisseurantaan selvittävässä tutkimuksessa huomattiin, että kyse on oppimisprosessista, joka aktivoituu vasta myöhemmällä iällä (York & Scholl 2015). Vanhempien uutisten lukeminen ei siis suoraan saa nuoria lukemaan uutisia, mutta aikuistuessaa he ottavat käyttöön vanhemmilta opittuja tapoja.

Koska tutkimus keskittyy konkreettisten esimerkkien kautta selvittämään, miksi tietyt politiikan uutiset kiinnostavat ja tietyt eivät, on lähtöoletuksena, että haastateltavat nuoret seuraavat uutisia jonkin verran. Uutisten välttelijöiden haastatteleminen ei tässä yhteydessä ole perusteltua. Haastateltavia etsiessä kriteereiksi kerrottiin ikähaarukka 18–24-vuotiaat ja se, että seuraa uutisia edes vähän. Määrittelyllä ”edes vähän” pyrin luomaan matalan kynnyksen haastatteluun suostumiselle, jotta haastateltaviksi ei valikoituisi vain uutisten suurkuluttajia. Tietoinen valinta oli myös vaatia vain uutisten eikä erityisesti politiikan uutisten seuraamista, jotta haastateltaviksi lähtisivät myös ne, jotka eivät koe kuluttavansa niin paljon politiikan uutisia. Haastateltavat saivat kiitokseksi ajastaan halutessaan Helsingin Sanomien digitilauksen kuukaudeksi.

Haastateltavat valikoituivat mukaan sattumanvaraisesti omien ja tuttujen verkostojen kautta. Valitsin tämän tavan siksi, että toinen vaihtoehto eli jonkinlainen hakuilmoitus esimerkiksi somessa tai oppilaitosten sähköpostilistoilla, olisi saattanut tuottaa liian

kapea-alaisen joukon haastateltavia. Hakukuulutuksiin vastaavat todennäköisesti hyvin aktiiviset ja oma-aloitteiset ihmiset, minkä lisäksi tutkimuksen aihe olisi saattanut saada vain ne ihmiset vastaamaan, jotka kuluttavat politiikan uutisia todella paljon. Omien ja tuttavieni verkostojen kautta haastateltaviksi päätyi muun muassa kavereiden sisaruksia ja tuttujen lapsuuden- ja opiskelukavereita. Haastateltavista neljä on itselleni ennestään tuttuja, mutta he eivät kuulu lähipiiriini. Suurinta osaa haastateltavista pyydettiin henkilökohtaisesti osallistumaan tutkimukseen.

Tavoitteena oli saada mukaan nuoria aikuisia, jotka asuivat eri paikkakunnilla, olivat eri-ikäisiä ja eri elämäntilanteista. Valintakriteerit myös hieman muuttuivat haastattelujen edetessä sitä mukaa, millaisia ihmisiä haastateltaviksi sattui. Aluksi lähdin liikkeelle maantieteellisestä sijainnista eli etsin haastateltavia, jotka asuvat Pohjois-Suomessa. Tämän jälkeen etsin erityisesti 18–21-vuotiaita haastateltavia, koska ensimmäiset neljä haastateltavaa olivat 22–24-vuotiaita. Kahdeksan haastateltavan jälkeen etsin erityisesti ammatillisen koulutuksen käyneitä haastateltavia, koska aiemmat haastattelut olivat pitkälti lukion käyneitä. Tällä tavalla edeten pyrin huomioimaan erilaiset taustatekijät, jotta joukko olisi mahdollisimman monipuolinen. Haastateltavien valikoinnissa ei kuitenkaan keskitytty esimerkiksi vanhempien koulutus- ja työtaustaan, mikä voi vaikuttaa siihen, että haastateltavat tulevat samanlaisista perhetaustoista. Pohdin tarkemmin haastateltavien valikoitumiseen liittyviä vaikutuksia viimeisessä luvussa.

Haastateltavista seitsemän oli naisia ja kuusi miehiä. He asuivat haastatteluhetkellä Helsingissä, Vantaalla, Tampereella, Hämeenlinnassa, Kaarinassa, Kuopiossa, Oulussa ja Rovaniemellä.

Kahdestatoista haastateltavasta kymmenen on käynyt lukion tai oli haastattelun aikaan lukiossa. Kolme haastateltavaa oli käynyt ammattikoulun joko lukion sijasta tai sen jälkeen. Neljä haastateltavaa opiskeli ammattikorkeakoulussa ja kolme yliopistossa.

Haastateltavat edustavat eri alojen opiskelijoita. Heidän alansa liittyivät yhteiskuntatieteisiin, talouteen, teknologiaan, taiteisiin ja terveydenhoitoalaan. Osa oli töissä opintojen ohessa, ja osa oli jo siirtynyt työelämään. Enemmistö oli kuitenkin haastatteluhetkellä päätoimisia opiskelijoita.

Haastateltavilta kysyttiin myös, mikä tai mitkä puolueet ovat heille läheisimpiä. Mainintoja saivat vihreät (7), vasemmistoliitto (4), kokoomus (3), sdp (3), perussuomalaiset (1), keskusta (1) ja eläinoikeuspuolue (1). Kaikki eivät osanneet nimetä itselleen läheistä puoluetta, ja osa mainitsi useita puolueita.

Haastattelujen analysoimiseen käytin sisällönanalyysiä, joka on hyvin tavanomainen menetelmä laadullisissa tutkimuksissa. Sisällönanalyysin tarkoituksena on luoda sanallistettu ja selkeä kuvaus ilmiöstä luokittelemalla yhteneväisyyksiä ja/tai eroavaisuuksia haastateltavien puheessa. Tutkimuksessani keskityn luokittelemaan yhteneväisyyksiä. Sisällönanalyysi voidaan jaotella kolmella tavalla: aineistolähtöiseen, teoriaohjaavaan ja teorialähtöiseen analyysiin. Oma analyysini sijoittuu aineistolähtöisen analyysin piiriin. Nimensä mukaisesti analyysi keskittyy siihen, mitä aineistosta on tulkittavissa. Analyysiä ei ohjaa aiempi teoria, malli tai tutkimus eikä analyysi pyri testaamaan jo tunnettua teoriaa, kuten teoriaohjaavassa ja teorialähtöisessä analyysissä. Teoria on tutkimuksen pohjana lähinnä perustelemassa sitä, miksi tutkimuksessa toimitaan valitulla tavalla. Analyysissä tavoitellaan teoreettisen kokonaisuuden luomista. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 78–91.)

En litteroinut haastatteluja sanasta sanaan jälkikäteen, vaan kirjoitin haastattelun aikana puhetta ylös mahdollisimman tarkasti. Tämän avulla pystyin tekemään analyysin. Palasin haastattelutallenteisiin lähinnä litteroimaan tarkemmin analyysiosioon valitsemani sitaatit. Valitsemani tapa johtui ajankäytöstä: haastattelut kestivät 40 minuutista puoleentoista tuntiin, joten kahdentoista haastattelun sanatarkka litterointi olisi ollut työlästä ja analyysin toteuttamisen kannalta tarpeetonta.

Tein analyysin luokittelemalla yhteneväisyyksiä haastateltavien puheessa. Aluksi kävin läpi haastattelumuistiinpanoja vapaamuotoisesti ja listasin samankaltaisuuksia, minkä jälkeen yhdistelin toisiinsa liittyvät yhtäläisyydet luokiksi ja nimesin luokat. Tämän jälkeen alleviivasin luokkiin kuuluvia lausuntoja haastateltavien puheessa eri väreillä. Tämän tarkemman läpikäynnin aikana varmistin myös, että luokat ovat relevantteja ja perusteltuja. Jätin esimerkiksi tarkemmassa läpikäynnissä yhden motivaatiotekijäluokan pois, sillä se ei lopulta esiintynyt aineistossa niin paljon kuin ensimmäisessä läpikäynnissä olin havainnoinut.

4.3 Testiartikkelit

Haastatteluja varten kokosin noin 50 uutista testiartikkeleiksi. Lähteiksi valitsin Yle Uutiset, Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat, Iltalehti ja MTV Uutiset, jotka ovat lukuisten tutkimusten ja mittausten mukaan Suomen suosituimmat uutismediat verkossa. Uutiset valikoituvat testiartikkeleiksi medioiden verkkosivuilta kesän ja alkusyksyn 2020 ajalta, ja niiden pääkategoriaksi on valittu politiikka. MTV Uutisten kohdalla juttujen asiasanaksi on valittu politiikka, sillä sivustolla ei ole politiikan osastoa. Testiartikkelit on listattu liitteeksi luvussa 9.2.

Jotta testiartikkelit olisivat mahdollisimman monipuolisia, jaottelin politiikan uutiset kymmeneen kategoriaan, joista jokaisesta valitsin viisi erilaista artikkelia. Kategoriat eivät kata kaikkia mahdollisia politiikan uutisia. Esimerkiksi vaaliuutiset on jätetty pois, sillä Suomessa ei järjestetä tutkimusaikana vaaleja. Myöskään ulkomaan politiikan uutisia ei tutkita, sillä suurin osa medioista jaottelee ne ulkomaan osastojen aiheiksi. Kategoriat ovat:

1. Kohut: Poliitiikan yllättävät tapahtumat, jotka herättävät keskustelua somessa ja mediassa. Mukaan lasketaan myös esimerkiksi poliitikkojen rikosepäilyt.
2. Aloitteet: Erilaiset laki- ja kansalaisaloitteet sekä politiikan piiristä tulevat ehdotukset muutoksille lainsäädännössä tai toimintatavoissa.
3. Prosessit: Keskittyvät raportoimaan jonkin tilanteen kehittymistä tai etenemistä sekä lopullista päätöstä asian hyväksymisestä, hylkäämisestä tai siirtämisestä.
4. Ilmiöt: Käsittelevät laajempia politiikkaan liittyviä ilmiöitä esimerkiksi tutkimusten ja datan avulla.
5. Arkijutut, joiden taustalla vaikuttaa politiikka: Kärjessä keskitytään ihmisten arkeen ja käytännön tason politiikan vaikutuksiin, mutta jutussa politiikka on vahvassa roolissa vaikuttamassa jutussa esiteltyyn arkeen.

6. Henkilöt: Henkilövetoiset jutut, joissa kerrotaan esimerkiksi poliitikkojen yksityiselämästä tai on tehty henkilöhaastattelu poliitikosta tai politiikan vaikuttajasta.
7. Työmarkkinat: Keskittyvät työmarkkinatilanteeseen. Ei lasketa prosessiuutisiksi, koska työmarkkinat eivät ole suoraan politiikan prosesseja, vaan työmarkkinaosapuolten välisiä.
8. Kulissien takana: Paljastavat jotain politiikan kulissien takaa, mitä tavallinen ihminen ei muuten saisi tietoonsa.
9. Toimittajien analyysit, kommentit ja kolumnit: Poliitiikan toimittajien mielipiteelliset tekstit.
10. Gallupit ja kyselyt: Kertovat eri tahojen tekemien kyselyjen tuloksista, mukaan lukien puoluekannatusmittaukset.

Muodostin kategoriat käymällä läpi uutismedioiden politiikan uutisia usean päivän ajalta, ja tämän pohjalta kehitin artikkeleille sopivat kategoriat.

Testiartikkelien avulla selvitetään motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä. Haastateltavat saavat tarkastella juttujen esikatselua (sisältäen otsikon, kuvan ja ingressin) lyhyen ajan, minkä jälkeen he päättävät, lukisivatko kyseisen jutun vai eivät. Viiden jutun jälkeen haastateltavia pyydetään perustelemaan valintoja ennen jatkamista seuraaviin testiartikkeleihin. Esikatseluun on valittu otsikko ja kuva siksi, että ne ovat usein ne tiedot, jotka lukija näkee median etusivulla sekä lisäksi ingressi, koska usein vastaavanlainen teksti on somejaoissa. Näin haastateltavilla on valintansa tukena suunnilleen saman verran tietoa kuin tavallisestikin medioiden etusivuilla tai somessa.

Haastateltaville painotettiin aluksi, että valinnat kannattaa tehdä vaistonvaraisesti, koska tavanomaisessa uutisten selaamisessa valinta tehdään nopeasti heränneen kiinnostuksen perusteella. Haastateltaville myös kerrottiin, että tavoitteena on selvittää, mitä he yleensä lukevat ja mikä heitä kiinnostaa eikä sitä, mitä he aiheista tietävät tai mistä aiheista heidän mielestään on tärkeää uutisoida.

5 Analyysi 1: Nuoret aikuiset uutisten ja politiikan uutisten kuluttajina

Seuraavaksi esittelen haastattelututkimukseni tuloksia. Ensimmäisenä analysoin haastattelun toisen osion eli kysymykset 4–7, jotka antavat olennaista pohjatietoa haastateltavien mediankäytöstä. Sen jälkeen analysoin haastattelun ensimmäisen osion eli kysymykset 1–3, jotka perustuvat haastattelussa läpikäytyihin 50 testiartikkeliin. Näiden perusteella esittelen tutkimuksessa selvinneet motivaatio- ja demotivaatiotekijät. Haastattelurunko on liitteenä luvussa 9.1.

Puhun tässä osiossa uutisista ja politiikan uutisista osin limittäin, koska myös haastateltavat tarkoittivat puhuessaan usein molempia eikä niitä ole aina mahdollista selkeästi eritellä. Jos haastateltava tarkoitti nimenomaan politiikan uutisia, mainitsen tämän erikseen.

Ylivoimaisesti eniten haastateltavat kuluttivat uutisia puhelimen kautta. Lähes kaikilla oli puhelimessa ainakin yksi uutissovellus. Moni luki uutisia myös selaimen kautta, sillä sovelluksia pidettiin vain niistä medioista, joita käytettiin eniten. Kaksi haastateltavaa mainitsi Ylen tv-uutiset ja yksi radiouutiset sekä yksi mainitsi MTV3-kanavan kello kymmenen iltauutislähetysten. Lisäksi kolme haastateltavaa kertoi katsovansa satunnaisesti Ylen A-studiota tai A-talkia. Yksi haastateltava mainitsi myös Ylen Poliitikkaradio-podcastin.

Seurattuina medioina mainittiin Helsingin Sanomat (10), Yle (9), Iltalehti ja Ilta-Sanomat (8) sekä jokin paikallismedia (6) kuten maakuntalehti. Selkein ero näiden kuluttamisen välillä liittyi iltapäivälehtiin, jotka mainittiin pääasiassa yhdessä, vaikkakin osalla oli suosikki näiden kahden välillä. Iltapäivälehtiä käytettiin erityisesti sosiaalisen median kautta tai selaimella eikä sovelluksen kautta. Suurin osa haastateltavista piti Helsingin Sanomia, Yleä tai paikallislehteä ensisijaisena uutislähteenään, kun taas iltapäivälehdet olivat toissijaisia lähteitä.

”Mä oon semmonen et yleensä päivän aikana luen uutisii sillee et kerran ehkä aamusta luen Turun Sanomien paperilehtee, avaan aina urheilu-uutiset eka.

Luen niist jalkapalloo ja jääkiekkoo. Sit mä luen aina pääkirjotuksen sen jälkeen. Sit mä päivän aikana ehkä kerran tai kaks avaan puhelimelta Hesaria, selaan siit ja katon onks mitään mielenkiintosii – – just Facebookissa yleensä tulee seinälle jotain Ilta-Sanomia ja Iltalehen uutisia, niitäkin mä välillä luen.”
– Mies, 18

Monet haastateltavat eivät kuitenkaan osanneet itse kertoa kuluttavansa uutisia myös somen kautta, mutta kysyttäessä he kertoivat käyttävänsä erityisesti Facebookia ja osa myös Instagramia uutisten seuraamiseen. Yksi haastateltava mainitsi Twitterin ja yksi YouTubeen. Facebookissa ja Instagramissa osa seurasi uutismedioita suoraan, kun taas osa sai uutisia feediinsä kavereiden jakojen tai iltapäivälehtien sponsoroidun sisällön kautta. Uutisten äärelle ainakin otsikoiden tasolla päädyttiin päivän mittaan somea selaamalla, mikä kuvaa nuorille yleistä vahinkoaltistumista uutisille somen algoritmien avulla (Yadamsuren & Erdelez 2011). Tulokset ovat pitkälti linjassa aiempien nuorten mediankäyttöä selvittäneiden tutkimusten kanssa (kts. esim. Kalogeropoulos 2019, 56).

Se, että vain harva haastateltava kertoi oma-aloitteisesti lukevansa uutisia somen kautta ei ole yllättävää aiempien tutkimusten valossa. Se ei myöskään kerro vielä siitä, että somen merkitys uutisten kuluttamisessa olisi vähäinen. Sveningssonin (2015, 5–8) tutkimuksessa todettiin, että nuoret eivät mieltäneet somessa nähtyjä mediatalojen uutisia oikeiksi uutisiksi. Kuten tässä ruotsalaisnuoria käsittelevässä tutkimuksessa, myös suomalaisnuoret käyttivät somea ja perinteisen median verkkosivuja ja sovelluksia rinnakkain. Lisäksi Reuters-instituutin mediankäyttötutkimuksessa on havaittu, että suomalaiset hakeutuvat muiden maiden asukkaita enemmän uutisten äärelle menemällä suoraan medioiden sivuille tai sovelluksiin.

Haastateltavien uutisten ja politiikan uutisten kuluttamista käsittelevistä vastauksista oli hahmotettavissa neljä periaatetta, jotka ohjaavat toimintaa. Näitä voi kutsua sisäiseksi motivaatioksi.

Yleisesti kaikkea uutisten kuluttamista kuvailtiin **(1) ajanvietteeksi**. Lähes kaikki selailivat uutisia somen, sovellusten tai selaimen kautta pitkin päivää esimerkiksi kulkuvälineissä tai vastaavina odotusaikoina sekä tylsinä hetkinä.

”Sana mihin voisin kiteyttää niin selailija. Selaan todella paljon otsikoita ihan siis tylsyyteenkin.” – Mies, 23

”No just, jos oottaa jotain tapahtumaa et oottaa bussia tai istuu bussissa niin sillon tulee luettua aika paljon. Tai no välillä tunnillakin koulussa tai sillai ootteluhetkinä, kun oottaa et jotain tapahtuu tai sit jos on tylsää.” – Nainen, 18

Uutisten kuluttajina lähes kaikkia haastateltavia ohjasi myös **(2) halu sivistyä**. He haluavat olla perillä maailman tapahtumista. Moni yhdisti sivistymiseen liittyvät tavoitteet siihen, että laaja-alainen uutisten seuraaminen auttaa muodostamaan omia mielipiteitä ja keskustelemaan kavereiden kanssa.

”Tykkään lukea niitä [politiikan] uutisia ja haluan olla perillä niistä.” – Nainen, 23

”Tietäisi sit niistä asioista enemmän ja ehkä pystyisi muodostamaan vahvemman mielipiteen, kun tietää siitä asiasta enemmän.” – Nainen, 18

Politiikan uutisten kuluttamisessa korostuivat kaksi periaatetta eli **(3) huomioarvo** ja **(4) samaistuminen**.

Huomioarvolla tarkoitan sitä, että moni haluaa politiikan uutisten kohdalla olla perillä olennaisimmista ja suurimmista tapahtumista verrattuna siihen, että politiikkaa seurattaisiin laajasti ja syvällisesti.

”No aika vähän [luen politiikan uutisia]. Semmoset ehkä isoimmat aiheet kiinnostaa enemmän. Just nää et jos ministeri eroaa tai hallitus eroaa niin ne kyl luen et mitä on tapahtunu mut sit semmoset pienemmät asiat, mitkä tapahtuu politiikassa ei kiinnosta.” – Nainen, 21

”Mä seuraan ehkä eniten niitä tuttuja kasvoja, mikä on ehkä huono asia, mut seuraan niitä tuttuja kasvoja ja seuraan semmoisia isoimpia juttui.” – Mies, 23

Eniten politiikan uutisten kuluttamisessa haastateltavia ohjasi samaistuminen eli vaikutukset omaan elämään tai jonkinlainen läheisyys itseän.

”Mut sit esimerkiks se Suostumus-juttu [testiartikkeleissa], kun on itse allekirjoittanut sen, niin olis tosi mielenkiintoista lukea et mitä sen suhteen nyt tapahtuu. – Nainen, 21

”[Politiikan uutisista] luen niitä uutisia, mitkä koskee mua ja niitä päätöksiä, mitkä koskee mua. Just noihin opiskeluihin, nuoriin, koronatoimiin liittyvät uutiset ynnä muut.” – Nainen, 24

Suomalaisnuorten motivaation taustalla vaikuttaisivat olevan hyvin samanlaiset periaatteet kuin Britesin ja Kõuts-Klemmin (2018) tutkimilla 17–20-vuotiailla virolaisnuorilla, jotka olivat kiinnostuneita erityisesti uutisista, jotka ovat opettavaisia (halu sivistyä) ja kiinnostavia oman elämän kannalta (samaistuminen). Sen sijaan tutkimuksessa portugalilaisnuorten korostama velvollisuudentunto ei tullut juurikaan esiin suomalaisnuorten motivaattorina. Tätä voi pitää medioiden kannalta hyvänä asiana, sillä se voi kertoa siitä, että suomalaisilla nuorilla aikuisilla on itsestä kumpuavaa kiinnostusta uutisiin, mikä on todennäköisesti motivoivampaa kuin velvollisuudentunto.

Haastateltavilta kysyttiin, onko heidän uutisten ja politiikan uutisten kuluttamiseen liittyvissä tottumuksissa tapahtunut muutoksia viime vuosina. Yksitoista haastateltavaa kahdestatoista kertoi, että sekä kaikenlaisten uutisten että politiikan uutisten kuluttaminen oli lisääntynyt määrällisesti. Heistä kahdeksan arvioi, että myös kuluttamisen tavat olivat muuttuneet. Esimerkiksi he seurasivat yhä useampia uutismedioita, lukivat aiempaa asiallisempia juttuja sekä seurasivat tapahtumia syvällisemmin tai kriittisemmin kuin aiemmin.

”Kaks kolme vuotta sitten en kyllä älyttömästi seurannut uutisia – et on kyl muuttunu siitä 80 prosenttia otsikoiden lukemisesta ja 20 prosenttia uutisten lukemisesta selkeesti siihen päin et lukee paljon enemmän ja menee syvemmälle. On jotenkin havahtunu siihen, ettei saa hyvää kuvaa lukemalla vaan otsikoita.” – Mies, 23

Kaikilla yhdellätoista haastateltavalla uutisten ja politiikan uutisten kulutuksen lisääntyminen kulki käsi kädessä. Kun uutisia luettiin yhä enemmän, päätyi luettujen joukkoon yhä enemmän politiikkaan liittyviä aiheita. Osalla muutos oli jossain määrin tietoisia eli he hakeutuivat tarkoituksella lukemaan politiikan uutisia ollakseen muun muassa paremmin perillä asioista. Moni nykyään aktiivinen politiikan uutisten seuraaja kertoi, että he eivät nuorempana seuranneet politiikan uutisia käytännössä lainkaan.

Muutoksen syyt olivat näillä yhdellätoista haastateltavalla hyvin samanlaiset, ja ne pystyin luokittelemaan neljään kategoriaan. Keskimäärin kullakin haastateltavalla oli kaksi syytä muutokseen. Yleisimmät syyt uutisten ja politiikan uutisten kuluttamisen lisääntymiselle olivat haastateltavien mielestä **(1) koulutus** ja **(2) aikuistuminen**.

Koulutuksen mainitsi seitsemän haastateltavaa. Osalla uutisten seuraamisen lisääntyminen oli alkanut jo lukiossa ja osalla korkeakoulussa. Koulutuksen koettiin kannustaneen seuraamaan politiikkaa ja maailman tapahtumia sekä suhtautumaan kriittisesti tietoon. Opiskelujen kautta oli saatu sellaisia pohjatietoja, jotka lisäsivät kiinnostusta ja auttoivat ymmärtämään uutisia.

”Nyt, kun luki koulussa yhteiskuntaoppia, niin sit ehkä sitä kautta nousi kiinnostus vie enemmän ja sitä kautta on halunnukin ottaa asioista selvää.”
– Nainen, 18

Aikuistumisen mainitsi kuusi haastateltavaa. Sen koettiin vaikuttavan siten, että yhä useammat politiikan teemat vaikuttavat omaan elämään. Poliitiikan tapahtumista löydettiin näin ollen enemmän samaistumispintaa, kun esimerkiksi pois kotoa muuttaessa on vastuussa omasta taloudesta. Aikuistuessa myös arki ja rutiinit muuttuivat, mikä mahdollisti ajankäytön ja paremman keskittymisen uutisten seuraamiseen. Osa myös koki aikuistumisen edellyttävän uutisten seuraamista sekä omien mielipiteiden ja arvojen muodostamista, jota uutiset helpottavat.

”Ehdottomasti sen myötä, kun itse kasvoin aikuisemmaksi ja veikkaan et sen jälkeen, kun muutti omilleen – sen jälkeen alkoi kiinnostaa enemmän, koska mulla on oma talous ja oma elämä, mistä mun täytyy oikeesti miettiä asioita ja

alkaa erottua enemmän ne omat arvot, koska on ehkä enemmän yksin ja enemmän aikaa ajatella ja miettiä omia hankintoja ja omaa tulevaisuutta.”

– Nainen, 18

Lisäksi vaikuttavia tekijöitä olivat **(3) kaveripiiri** ja **(4) kiinnostusta herättävä yksittäinen uutistapahtuma**.

Kaveripiirin ja uutisista keskustelun mainitsi viisi haastateltavaa. He kuvailivat, että kavereiden kanssa politiikka tulee puheeksi ja he halusivat pystyä osallistumaan keskusteluihin. Keskustelut myös osoittivat osalle puutteita omassa tietämyksessä, mikä on saanut heidät etsimään tietoa. Poliitikasta kiinnostunut lähipiiri vaikuttaa siis ajavan toisiaan seuraamaan uutisia. Myös aiemmissa tutkimuksissa on todettu, että uutisten seuraamiseen liittyy ajatus sosiaalisesta statuksesta (Costera Meijer 2007, 105; Lindell 2018, 138). Uutisista keskustelulla perheen ja kavereiden kanssa on myös merkittävä vaikutus poliittiseen osallistumiseen (Brites ym. 2017, 409).

”Se [kiinnostus uutisiin] alko ku oli pari kaverii ketä aina väitteli politiikasta ja mietin et mä en nyt tajuu mitään ja se kuulosti niin mielenkiintosest nii mietin et noloo just kysellä niiltä kaikkea. Sit ku alko oppii jotain perusjuttuja nii sit pysty itekin seuraamaan uutisia ja siit se mielenkiinto lähti ja sit ku on pystyny niittenki kaa keskusteleee nii se on varmaan lisänny sitä motivaatioo.”

– Mies, 18

Jonkin kiinnostusta herättäneen yksittäisen uutistapahtuman mainitsi neljä haastateltavaa. Kahdella haastateltavalla politiikan uutisten seuraamista oli lisännyt koronaviruspandemia. Toisaalta osa haastateltavista mainitsi, että pandemia on myös vähentänyt kiinnostusta lukea uutisia, koska sen uutisointi on ollut niin hallitsevaa. Yksi haastateltava kertoi Yhdysvaltojen vuoden 2016 presidentinvaalien ja Donald Trumpin valinnan herättäneen kiinnostusta seurata politiikkaa aktiivisemmin. Yhdelle ratkaiseva tekijä muutoksessa oli korkeakouluhaku-uudistus.

Haastateltavilta kysyttiin lopuksi, kokevatko he olevansa hyvin perillä politiikasta tai yhteiskunnallisista aiheista. Kiinnostavaa oli, että kaikki haastateltavat asemoivat itsensä keskiverroksi. Vastaus oli samankaltainen riippumatta siitä, kuinka paljon he

aiemmissä kysymyksissä arvioivat lukevansa uutisia tai politiikan uutisia tai kuinka kiinnostuneita he niistä olivat. Osa esimerkiksi kuvaili lukevansa politiikan uutisia aika vähän, kun taas osa arvioi politiikan olevan yksi niistä aihealueista, joita he seuraavat eniten.

Haastattelun alussa haastateltavat kävivät läpi 50 politiikan uutista, joista he kertoivat, lukisivatko he kyseisen jutun vai eivät. Näitä uutisia on luonnollisesti rajattu määrä, ja niiden aiheet ovat vaikuttaneet siihen, mitä juttuja kukin lukisi. Lukumäärät ovat kuitenkin siitä kiinnostava tieto, että se antaa osviittaa siitä, kuinka aktiivisia lukijoita haastateltavat ovat. Vähiten juttuja lukenut oli kiinnostunut 15 jutusta, kun taas eniten juttuja lukenut oli kiinnostunut 33 jutusta. Keskiarvo oli noin 24 juttua eli lähes puolet esitellyistä uutisista. Tätä voi pitää varsin suurena määränä.

Vastauksissa toistui käsitys siitä, että haastateltavat kokevat olevansa ”kohtalaisesti” tai ”aika hyvin” perillä politiikasta, mutta on olemassa jokin korkea standardi, johon kukaan ei koe yltävänsä, vaikka haastateltavien joukossa oli esimerkiksi yksi puolueaktiivi. Kuten aiemmin kirjoitin, oli odotettavissa, että nuoret aikuiset kokevat olevansa kiinnostuneita politiikasta, mutta he aliarvioivat omaa kulutustaan ja sitä kautta tietämystään (kts. esim. Sveningsson 2015). Lisäksi voidaan pohtia, kuinka paljon vastauksiin vaikuttaa myös nykyajan eetos jatkuvasta itsensä kehittämisestä ja siitä seuraavasta riittämättömyyden tunteesta.

6 Analyysi 2: Testiartikkelit

Seuraavaksi esittelen testiartikkeleihin liittyvän analyysin tuloksia. Avaan ensin aiheen, puolueen ja iän vaikutusta haastateltavien motivaatioon lukea juttuja. Sen jälkeen esittelen haastatteluissa ilmi tulleita motivaatiotekijöitä ja demotivaatiotekijöitä. Jaottelu muodostui siten, että analysoin motivaatiotekijöitä niistä artikkeleista, jotka haastateltavat kertoivat lukevansa ja demotivaatiotekijöitä artikkeleista, joita haastateltavat eivät olisi lukeneet. Aihetta, puoluetta ja ikää on tarkasteltu kaikista vastauksista. Analyysi on tehty pitkälti haastateltavien perustelujen pohjalta (”Miksi lukisit/et lukisi tätä juttua?”), mutta myös sen mukaan, millaisia juttuja kukin arvioi lukevansa ja millaisia yhtäläisyyksiä niistä on havaittavissa.

Motivaatio- ja demotivaatiotekijät menevät osin myös päällekkäin eli motivaatiotekijöiden vastakohtia voi pitää demotivaatiotekijöinä ja toisinpäin. Esimerkiksi yksi motivaatiotekijä on aiheen ja henkilöiden tuttuus, jolloin tuntemattomuus puolestaan heikentää motivaatiota. Olen kuitenkin pyrkinyt luokittelemaan tekijöitä siten, että ne heijastavat mahdollisimman tarkasti haastateltavien puheiden yhteneväisyyksiä eivätkä vain toista itseään. Tuntemattomuus voi siis heikentää motivaatiota, mutta se ei välttämättä korostunut haastatteluissa tai se tuli esiin lisäarvon puutteen kautta.

Testiartikkelit on numeroitu siinä järjestyksessä, jossa ne on haastateltaville esitelty. Lista ja numerointi on liitteenä luvussa 9.2.

6.1 Aiheen, puolueen ja iän vaikutus

Aihe

Aiheen vaikutus nuorten aikuisten motivoinnissa oli merkittävin yksittäinen asia, jonka perusteella kiinnostusta joko oli tai ei ollut. Usein haastateltavat osasisivät tarkemmin kuvailla, miksi jokin juttu kiinnosti tai ei kiinnostanut, mutta monesti vastaus oli pelkästään ”aihe kiinnostaa” tai ”tää aihe ei vaan kiinnosta”. Pidemmät perustelut myös alkoivat jommallakummalla näistä kommentteista.

Aiheen merkityksen huomasi erityisesti siinä, että vaikka jutussa esiintynyt henkilö olisi haastateltavan mielestä ollut hyvin kiinnostava, ei juttua olisi luettu, jos henkilöön liitettyä aihetta ei pidetty kiinnostavana. Testiartikkeleista tällainen oli esimerkiksi Sanna Marinin perhe-elämää käsittelevä juttu. Moni kertoi pitävänsä Marinista henkilönä ja olevansa kiinnostunut hänestä, mutta vain kolme haastateltavaa olisi lukenut hänen perhe-elämästään. Juttua kuvailtiin turhaksi ja kuluneeksi, koska Marinista on kirjoitettu jo niin paljon eikä perhe-elämä ollut se asia, joka hänessä kiinnostaa. Tämä menee osin päällekkäin demotivaatiotekijöistä lisäarvon puutteen kanssa (luku 6.3.1.) eli juttu ei tarjonnut riittävästi uutta, tärkeää, ajankohtaista ja konkreettista tietoa. Osalla haastateltavista ajatuksen taustalla vaikutti olevan viime vuosina paljon puhututtanut feministinen näkökulma siitä, ettei naispoliitikkojen äitiydestä tulisi uutisoida niin paljon, koska miespoliitikkojenkaan perhe-elämä ei saa palstatilaa.

Uutiset | Poliittika

IL-haastattelu: Näin kiireinen Sanna Marin ottaa aikaa Emma-tyttärelleen – puolisolle ylistystä: "Markus on tärkeä tuki"

🕒 23.08.2020 klo 14:23

SDP:n puheenjohtajaksi sunnuntaina valittu Sanna Marin kertoo, että hän voi keskustella Markus-puolisonsa kanssa syvällisistä asioista.



Videolla juuri SDP:n puheenjohtajaksi valittu Sanna Marin Iltalehden haastattelussa.

Testiartikkeli 26. Iltalehti 23.8.2020

Tietyistä jutuista osa myös tiedosti, että aihe on tärkeä, mutta se ei vain kiinnosta heitä. Tällaisissa tapauksissa haastateltavat kokivat huonoa omaatuntoa siitä, etteivät he kiinnostu omasta mielestään riittävän laajasti eri aiheista. Tällaisia olivat esimerkiksi juttu eläkeuudistuksesta ja Terrafameen kytkeytyvästä rahanpesusta.

Isoa eläkeuudistusta syytettiin suurten ikäluokkien ”röyhkeäksi puhallukseksi” – Nyt uudistuksen arkkitehdit vastaavat, miksi se oli reilu myös nuorille

Vuoden 2005 eläkeuudistus oli järjestelmän historian suurin. Uudistusta näkyvästi arvostellut Osku Pajamäki on yhä sitä mieltä, että suuret ikäluokat päästiin liian helpolla. Uudistuksen kolme keskeistä arkkitehtia kiistävät ”sukupolvipuhalluksen” mutta myöntävät, ettei aivan kaikki mennyt suunnitellusti.



Suuri eläkeuudistus neuvoteltiin pääosin Iimarisen omistamalla huvilalla Eirassa vuosina 2000–2002. Uudistuksen keskeisiin arkkitehteihin lukeutuneet Lauri Ihalainen (vas.), Kari Puro ja Lasse Laatuinen palasivat paikalle muistelemaan sen syntä. Kuva: EMILIA ANUNDI / HS

Tilaajille

Uusi tietovuoto: Suomen valtion kaivoskumppanista lukuisia rahanpesuilmoituksia – Terrafamen osakas ollut vuosia pankkien erityistarkkailussa

Pankit raportoivat Terrafamesta kolmanneksen omistavan Trafiguran epäilyttävästä rahaliikenteestä rahanpesua valvovalle yhdysvaltalaisviranomaiselle.

Tietovuoto 20.9.2020 klo 20.00



Kansainvälinen raaka-ainejätti Tragura on ollut Terrafamen kaivoksen merkittävä osakas vuodesta 2017 lähtien. Terrafamen pääomistaja on valtion kokonaan omistama Suomen Malmiläöstus Oy.

Testiartikkeli 20. Helsingin Sanomat 21.7.

Testiartikkeli 37. Yle 20.9.2020

Kategorioista vähiten kiinnostivat analyysit, kommentit ja kolumnit, gallupit ja kyselyt sekä hieman yllättäen henkilöt. Nämä kolme kategoriala olivat sellaisia, joista useampi haastateltava totesi, etteivät he lukisi yhtäkään juttua tai olisivat lukeneet korkeintaan yhden. Esimerkiksi henkilöjutut olivat useamman mielestä turhia ja epäkiinnostavia, koska ne liittyvät vain yksittäiseen henkilöön. Analyysit, kommentit ja kolumnit taas koettiin myös turhiksi siksi, että ne liittyivät yksittäiseen ihmiseen ja hänen mielipiteeseensä. Yksittäisiin henkilöihin keskittyminen tuli ilmi myös demotivaatiotekijöissä. Näin kielteinen suhtautuminen on kiinnostavaa, koska henkilöityminen ja privatisoituminen eli yksityiselämään keskittyminen on viime vuosina ollut vahva ilmiö journalismissa ja myös politiikan uutisissa (Isotalus 2017). On mahdollista, että ilmiö on ajan saatossa kääntynyt itseään vastaan ainakin nuorten aikuisten keskuudessa.

Myös Kallisen ja Bergin (2019) analyysin mukaan gallupit eivät kiinnostaneet nuoria aikuisia. Tutkimukseni havainto on osin sama, mutta johtopäätös on erilainen. Gallupeja ja kyselyjä ei luettu erityisen innokkaasti, mutta suurimmalla osalla syy oli siinä, että niiden tärkein sisältö kävi ilmi jo otsikosta. Tämä osoittaa testiasetelmani toimivuuden: perustelujen avulla saadaan tarkempaa tietoa kiinnostuksesta kuin kvantitatiivisin menetelmin tehdyissä tutkimuksissa.

Kategorioissa ei ollut selkeitä suosikkeja. Työmarkkinajutut pärjäsivät hypoteesiani paremmin, koska niiden juttujen joukossa oli parikin juttua, joissa viitattiin suoraan nuoriin. Lisäksi moni oli kiinnostunut ymmärtämään lisää aktiivimalli 2:sta.

Kiinnostavaa oli myös se, että kohujutut eivät olleet mitenkään suosittuja. Jutuista selkeästi kiinnostavin kertoi silloisen valtiovarainministeri Katri Kulmunin (kesk.) eronneen tehtävästään. Tämä koettiin merkittäväksi tapahtumaksi.

Puolue

Puolueen merkitys kiinnostukselle ei ollut yhtä vahvaa kuin aiheen, mutta sen merkitys ei ollut olematonta. Tässä vaiheessa on hyvä tuoda esiin, että haastateltavilta ei suoraan kysytty, kokevatko he puolueen vaikuttavan siihen, millaisia juttuja he lukevat eli lukevatko he ensisijaisesti omaan puolueeseensa liittyviä juttuja. Havainnot perustuvat siis haastateltavien vastauksiin (lukisitko juttua vai et, miksi) ja haastattelun lopussa kerrottuun taustatietoon siitä, mikä tai mitkä puolueet ovat läheisiä sekä näiden vastauksien vertailusta.

Ensinnäkin vaikutus riippui siitä, kuinka selkeä puoluekanta haastateltavalla oli. Selkeä puoluekanta oli esimerkiksi sellainen, että haastateltava nimesi nopeasti yhden suosikkipuolueen. Yksi haastateltava toimi myös puolueensa nuorisojärjestössä. He lukivat usein niitä juttuja, joissa oma puolue mainittiin.

Osa taas ei osannut nimetä yhtäkään itselleen läheistä puoluetta. Heillä puolueella ei vaikuttanut olevan vaikutusta kiinnostukseen vaan he lukivat juttuja muiden motivaatiotekijöiden takia. Toisaalta ilman tietoa puoluekannasta heidän motivaatiotaan on vaikea jäljittää.

Toisekseen on vaikea arvioida, missä määrin kyse on puolueesta eikä aiheesta tai henkilöstä. Selvältä vaikuttaa se, että pelkkä tietty puolue ei riitä motivoimaan jutun pariin vaan myös aiheen täytyy jollain tasolla kiinnostaa. Perusteluissa mainittiin ajoittain oman puolueen pidetty henkilö, joka jutussa esiintyi.

”Oon aina hirveesti pitänyt Haaviston olemuksesta ja siitä työstä, mitä hän tekee tai nähnyt hänet hyvänä poliitikkona jo silloin nuorempana ja musta ehkä

myös ollu hienoa tai arvostettavaa et hän on avoimesti homoseksuaali ministeri.” – Nainen, 18, testiartikkelista 42

”Mä fanitan tota Maria Ohisaloa niin se on ihan hauska. Ja täs on paljon tärkeitä asioita käsittelyssä.” – Nainen, 18, testiartikkelista 39

Politiikka | HS-analyysi

Mitä Haaviston rikosepäily merkitsee? Ministerikin on syytön kunnes toisin todistetaan, mutta poliittinen lasku voi langeta silti



Ulkoministeri Pekka Haavisto menossa eduskunnan perustuslakivaliokunnan kuultavaksi Helsingissä 14. tammikuuta. Kuva: ANTTI AIMO-KOIVISTO / LEHTIKUVA

Testiartikkeli 42. Helsingin Sanomat 10.7.2020

Uutiset | Poliitiikka

Maahanmuuttoviraston johtaja ei saa jatkoa – Ohisalo nostaa virkaan vastaanottokeskuksen johtajan

19.08.2020 klo 6:31

Maahanmuuttoviraston (Migri) ylijohtajaksi esitetään Joutsenon vastaanottokeskuksen johtajaa. Hän ohittaa loppusuoralla kokeneemmat hakijat.



Sisäministeri Maria Ohisalo (vihr) esittelee Maahanmuuttoviraston ylijohtajan nimityksen hallitukselle torstaina. PETE ANIKARI

Testiartikkeli 39. Iltalehti 19.8.2020

Myös esimerkiksi kannabisselvitykseen viitannut analyysi, jossa vertailtiin vihreiden, vasemmistoliiton ja sdp:n linjauksia kiinnosti jopa kahdeksaa haastateltavaa, vaikka kommentit, kolumnit ja analyysit eivät yleisesti ottaen kategoriana kiinnostaneet monia. Perusteissa mainittiin kannabiksen laillistaminen, mikä aiheena kiinnosti lähes kaikkia haastateltavia sekä puolueiden linjausten vertailu. Jutusta kiinnostuneet haastateltavat kokivat yhden tai useamman mainituista puolueista itselleen läheisiksi. Aihe vaikuttaa kuitenkin ohittavan puolueen motivaatiotekijänä. Esimerkiksi kokoomuksen läheiseksi kokeneet eivät olleet kiinnostuneita jutusta, joka kertoi Elina Lepomäen noususta puolueen puheenjohtajistoon. Moni koki, että aihe on epäkiinnostava, koska se keskittyy puolueen sisäiseen dynamiikkaan eikä Lepomäki ollut edes kaikille kokoomusta kannattaneille tuttu henkilö.

Analyysi: Kannabisselvityksistä on pitkä matka pääministeripuolueeksi – vihreiden linjaukset ovat paperilla lähellä niin Sdp:tä kuin Vasemmistoliittoa

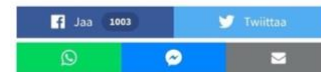


Testiartikkeli 41. Mtv 20.9.2020

Elina Lepomäki nousi kokoomuksen puoluejohtoon vanhojen dynastioiden ulkopuolelta – tahtoo nyt puuttua puolueen sisänpäin lämpiävään kulttuuriin



Kokoomuksen Elina Lepomäki, 39, on kolmannen kauden kansanedustaja. (JOUKO TIKKO/AMKONALO/LEHTIKUUSI)



Kokoomuksen toisen varapuheenjohtajan Elina Lepomäen mielestä on sääli, jos puolueen puheenjohtajaksi haluavan on päätettävä asiasta jo 15-vuotiaana.

Testiartikkeli 29. Ilta-Sanomat 7.9.2020

Puolueista ristiriitaisimmin suhtauduttiin perussuomalaisiin. Osa ei halunnut lukea yhtäkään testiartikkelien juttua, joka liittyi perussuomalaisiin, koska he kokivat olevansa kyllästyneitä puolueeseen ja sen kohuihin. Sen sijaan osa halusi nimenomaan lukea puolueeseen liittyvät jutut, koska niissä mainittiin perussuomalaiset. Jutuista kiinnostuneet olivat korostuneesti ikähaitarin nuorimpia ja he osasivat myös itse sanallistaa, että kohujutut kiinnostavat heitä. Perussuomalaiset olivat siis sekä motivaatio- että demotivaatiotekijä riippuen ihmisestä. Hypoteesini perussuomalaisten sensaatioarvosta kiinnostuksen lisääjänä pitää siis osin paikkansa.

Ikä

Tavoitteenani oli alun perin myös tutkia, onko jutussa esiintyvien henkilöiden iällä merkitystä kiinnostukselle. Tässä tutkimuksessa iällä ei havaittu olevan vaikutusta, mutta on myös selvennettävä, ettei tämänkaltaisen testiasetelma ollut omiaan asian selvittämiseksi. Jutuissa esiintyvät henkilöt olivat suurimmaksi osaksi niin samanikäisiä, että erojen havaitseminen oli liian vaikeaa. Lisäksi vain noin viidessä jutussa 50:stä esiintyi keski-ikä ylittänyt henkilö, kun taas noin nelikymppisiä esiintyi parissakymmenessä jutussa. Testiasetelma olisi vaatinut sitä, että jutuissa olisi esiintynyt huomattavasti enemmän keski-ikäistä vanhempia henkilöitä sekä toisaalta nuorempia kuten alle 30-vuotiaita, jotta vertailu onnistuisi.

6.2 Motivaatiotekijät

Olen jakanut haastateltavien puheessa ilmenneet yleisimmät motivaatiotekijät kolmeen luokkaan, joista kerron seuraavaksi lisää. Luokat ovat **(1) samaistuminen**, **(2) tuttuus** ja **(3) tunteet**.

6.2.1 Samaistuminen

Yksi merkittävimmistä motivaatiotekijöistä, jonka perusteella haastateltavat ratkaisivat lukevansa politiikan uutisia, oli samaistuminen. Tämä on sama ominaisuus, joka tuli esiin myös avoimissa kysymyksissä, joiden tuloksia käyn läpi luvussa 5. Samaistumisen rooli on korostunut myös aiemmissa tutkimuksissa, joiden mukaan samaistuminen koetaan tärkeäksi, nuorten kuluttaminen on valikoivaa ja se kumpuaa omista kiinnostuksista ja hyödyllisyydestä omalle elämälle (mm. Kallinen & Berg 2019, 101; Hartley 2018, 51; Opermann 2018, 100). Myös kiinnostuksen puutteen yhtenä syynä on pidetty samaistumispuutteen puuttumista politiikan uutisissa.

Samaistuminen oli siitä kiinnostava motivaatiotekijä, että sen vaikutus oli muita voimakkaampi. Haastateltavat ilmaisivat kiinnostustaan hyvin selkeästi sellaisista artikkeleista, joiden he kokivat liittyvän omaan elämänpiiriinsä. He esimerkiksi vastasivat artikkelien kohdalla nopeammin lukevansa sen, ja perusteluissa he saattoivat painottaa lukevansa jutun ”ehdottomasti”.

Testiartikkelien joukossa oli lukuisia juttuja, jotka kiinnostivat suurinta osaa samoista syistä. Tällaisia olivat esimerkiksi alla olevat jutut. Korkeakouluhakuun liittyvä juttu kiinnosti heitä, jotka olivat hakemassa tai joitain vuosia aiemmin hakeneet korkeakouluun. Nollatuntisopimukseen liittyvästä jutusta kiinnostuneet työskentelivät tai olivat työskennelleet vastaavalla sopimuksella.

”Oisin ehdottomasti kyl luku, oon tosiaan itse tänä keväänä hakenut opiskelemaan ja me ollaan ensimmäisiä, joihin tää korkeakouluhaku on todella merkittävästi vaikuttanut.” – Nainen, 18, testiartikkelista 22

”Olen joitain duuneja tehny nollatuntisopimuksella niin kiinnosti sen takia, et miten tää nyt muuttuu. Oli omaan arkeen liittyvää.” – Mies, 23, testiartikkelista 33

Tutkijat pitävät korkeakouluhaun uudistusta eriarvoistavana – todistusvalinta voi suosia kaupunkilaisten ja koulutettujen perheiden tyttöjä

Uudistuksella halutaan nopeuttaa opintojen aloittamista, mutta se voi myös lisätä nuorten paineita ja keskeyttämisä.

Pääsykokeet 1.8.2020 klo 07:20



Opiskelijat halutaan siirtää nopeammin koulusta työelämään ja siksi heistä valitaan jatkossa yliopillastodistuksen perusteella pääsykokeiden sijaan. Kuvassa Aalto-yliopisto Otaniemessä, Espoossa.

Testiartikkeli 22. Yle 1.8.2020

Nollatuntisopimuksille tulossa tiukennus: Työnantajalle velvollisuus tarkastaa toteutuneet tunnit ja tarjota työntekijälle lisätunteja

Nykyisessä työsuhtesopimuksissa työnantajalla tällaista automaattista tarkasteluvelvoitetta ei ole.

Työaika 11.9.2020 klo 05:47



Nollatuntisopimuksella työskenteleminen on yleistä etenkin tukku- ja vähittäiskaupassa, sosiaali- ja terveysalalla sekä majoitus- ja ravitsemustoimialalla.

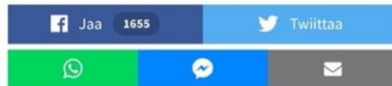
Testiartikkeli 33. Yle 11.9.2020

Samaistumisen syyt eivät kuitenkaan usein olleet yhtä yhteneväisiä ja suoraviivaisia kuin näiden kahden jutun tapauksessa. Samaistumisen ei useinkaan ajateltu liittyvän vain omaan elämään vaan myös laajasti omaan lähipiiriin. Esimerkiksi asepalvelukseen liittyvä juttu tuntui monesta läheiseltä mutta eri syistä. Yksi oli lähiaikoina menossa asepalvelukseen, toinen oli joskus ollut töissä sotilaskodissa, kolmannella joku perheenjäsen oli asepalveluksessa, ja neljäs harkitsi hakevansa naisten vapaaehtoiseen asepalvelukseen. Osa taas ei ollut lainkaan kiinnostunut jutusta, ja usein siksi, koska eivät kokeneet sen liittyvän omaan tai läheisten elämään. Samaistumisen moninaisten mekanismien takia juttu kiinnosti tasaisesti sekä miehiä että naisia.

Ilkka Kanerva tyrmää Li Anderssonin puheet varusmiespalveluksen lyhentämisestä



(KUVA: ANTTI AIMO-KOIVISTO / LEHTIKUVA, HEIKKI SAUKKOMAA / LEHTIKUVA)
Julkaistu: 27.8. 17:02



Li Anderssonin mukaan siviilipalveluksen sekä varusmiespalveluksen kesto lyhentämällä voitaisiin vahvistaa työllisyyttä jopa usealla tuhannella henkilöllä.

Testiartikkeli 8. Ilta-Sanomat 27.8.2020

Yksi merkittävä samaistumiseen vaikuttava tekijä oli kunkin haastateltavan opiskelu- tai työala. Oman alansa kautta haastateltavat samaistuivat juttuihin, jotka eivät välttämättä kiinnostaneet muita haastateltavia niin paljon. Opiskelujen ja töiden takia monen haastateltavan lukemat jutut muodostivat monipuolisemman kokonaisuuden verrattuna niihin haastateltuihin, jotka eivät vielä tienneet omaa alaansa tai jos haastateltavien lukemista jutuista poistettaisiin ne jutut, joiden lukemisen pääasiallinen perustelu oli se, että juttu liittyy omaan alaan.

”Mä itte opiskelen alaa, missä UPM on yks isoimmista toimijoista.” – Mies, 23, testiartikkelista 2

*”No just täst vierailukielloista, että kun ne just kosketti itseä, kun oli keväällä töissä [vanhainkodissa] ja oli näitä vierailukieltoja niin olisin lukenut, että millä tavalla ministeriö myöntää, että missä asiassa ne on epäonnistunut.”
– Nainen, 21, testiartikkelista 24*

Sanna Marinin UPM-kommenteista puhkesi sanasota – ”Miksi lietsot luokkataistelua, pääministeri?”



Pääministeri Sanna Marinin (sd) ulostulo Ylen Ykkösaamussa on saanut EK:n, Suomen yrittäjät ja opposition pillastumaan.

(KUNNIA-HEIKKI SAURKOMAA)

Julkaisu: 31.8. 6:02, Päivitetty: 31.8. 6:09



Pääministeri arvosteli UPM:n toimintaa Ylellä ja sai opposition ja elinkeinoelämän tuhtumaan.

Testiartikkeli 2. Ilta-Sanomat 31.8.2020

Uutiset | Poliittika

Ministeriö myöntää epäonnistumisen vierailukieltajien ohjeissa – äiti tuskissaan: ”Tuntuu nöyryyttävältä”

24.06.2020 klo 7:17 (muokattu 25.06.2020 klo 8:06)

Ministeriö tarkastelee linjaustensa täsmennystarpeita apulaisoikeusasiamiehen päätöksen mukaisesti.



Kim Kuosma on toivonut vanhempiensa pääsevän vierailulle hänen asumisyksikkönsä Espooseen. CHRISTINA AF HÄLLSTRÖM-KUOSMAN KOTIALBUMI

Testiartikkeli 24. Iltalehti 24.6.2020

6.2.2 Tuttuus

Motivaatiotekijöistä tuttuus oli sellainen, joka esiintyi haastateltavien puheessa määrällisesti huomattavan paljon. Tuttuus saattoi liittyä aiheeseen tai henkilöön, mutta aiheeseen liittyvä tuttuus oli yleisempi motivaatiotekijä. Mitä tutumpi aihe oli haastateltaville ennestään, sitä motivoituneempia he olivat lukemaan aiheesta lisää.

Toisaalta myös liika tuttuus ei ollut hyväksi. Osa totesi, ettei jaksaisi lukea tietystä aiheesta tai henkilöstä sen takia, että siitä oli ollut jo niin paljon uutisointia. Tällaiset kommentit olivat kuitenkin yksittäisiä, minkä takia en ole nostanut tätä puolta seuraavaan lukuun demotivaatiotekijäksi. Tosin haastateltavien puheessa vaikutti sekoittuvan se, että aiheesta tai henkilöstä on ollut uutisointia perinteisessä mediassa ja se, että ne ovat olleet esillä somessa. Usein kyse vaikutti olevan molempien yhteisvaikutuksesta.

Se, millä tavalla jokin aihe tai henkilö on tuttu, vaihteli kuitenkin huomattavasti. Seuraavaksi annan esimerkkejä kolmesta yleisestä tavasta, jolla aihe tai henkilö olivat tuttuja.

1. Keskustelut

Moni kertoi tuntevansa osan juttujen aiheista sen takia, että oli keskustellut niistä esimerkiksi perheen tai kavereiden kanssa. Keskustelu on voinut tapahtua myös sosiaalisessa mediassa tuttujen tai tuntemattomien kanssa tai koulussa. Erityisen paljon tällä perusteltiin sitä, miksi vihreiden kannabislinjauksesta kertova juttu olisi luettu.

”Oon itekin puhunu perheen ja kavereiden kanssa laillistamisesta.”

– Nainen, 18, testiartikkelista 6

”Koulun chatissä oli just keskustelua tästä. Toisaalta se on riippuvainen siitä et aihe on ollut just esillä.” – Mies, 23, testiartikkelista 6

**Päätös meni läpi
puoluekokouksessa: Vihreät
haluaa laajan selvityksen
kannabiksen laillistamisesta**



Testiartikkeli 6. Mtv 20.9.2020

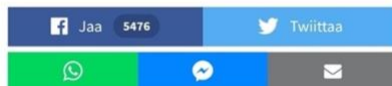
”Kehy-hankkeista on täs perheessä keskusteltu, kun on eriäviä mielipiteitä et onko niistä hyötyä vai ei.” – Nainen, 21, testiartikkelista 38

UM:n salaiseksi luokiteltu raportti kritisoi Suomen kehitysyhteistyöhankkeita Afrikassa – ”Outcome-tason tulokset ovat jääneet vaatimattomiksi”



Etiopia oli yksi ulkoministeriön sisäisen tarkastuksen arvioimista kohteista. Kuva Etiopiasta vuodelta 2015, kuvassa on kaupunkiviljelmä entisellä kaatopaikalla. (KUVA: TATU BLOMQUIST)

Julkaistu: 28.8. 7:30, Päivitetty: 28.8. 11:39



Sisäisissä raporteissa kritisoidaan kehitysyhteistyöhankkeiden riskienhallintaa.

Testiartikkeli 38. Ilta-Sanomat 28.8.2020

”Tää on ärsyttävä klikkiotsikko, mutta oon käyny keskusteluja yhen tuttavan kanssa ja hän sanoo et hallitus ottaa liikaa lainaa. En oo niin paljon lukenu aiheesta niin ehkä tää vois olla - - Toisaalta en ois kesällä ollu kiinnostunu, jollon tää juttu tais olla julkaistu, koska tää keskustelu on käyty kuukausi sitten.” – Nainen, 18, testiartikkelista 40

Uutiset | Poliitiikka

IL selvitti: Näillä eväillä Sanna Marinin hallitus neuvotteli Säätytalolla – lasku 21 600 euroa

🕒 29.06.2020 klo 8:13

Ilta-lehti selvitti, minkä voimalla Sanna Marinin (sd) hallitus kävi koronaneuvotteluja Säätytalolla.



Sanna Marinin hallitus on neuvotellut korona-asioista Säätytalolla. OUTI JÄRVINEN

Testiartikkeli 40. Ilta-lehti 29.6.2020

Kuten osasta kommenteista on havaittavissa, keskustelujen vaikutus saattaa olla hyvin tilannekohtainen. Osa siis koki, että aihe tuntui kiinnostavalta, koska haastateltavat olivat hiljattain keskustelleet asiasta, mutta aiemmin tai myöhemmin aihe ei olisi enää niin kiinnostanut. Tässä korostuu, miten uutisia seuraava ja yhteiskunnallisista asioista keskusteleva lähipiiri ruokkii toistensa kiinnostusta politiikkaan, kuten luvussa 5 totesin.

2. Aiempi uutisointi ja sen seuraaminen

Aiemmalla uutisoinnilla ja sen seuraamisella oli merkittävä vaikutus sille, mitä juttuja haastateltavat lukisivat ja kuinka tutulta aihe tai henkilö tuntui.

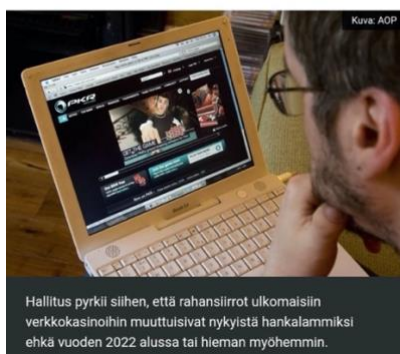
”Oon just lukenu paljon Veikkauksen rahapeleistä ja niistä koneista et pitäiskö niitä ottaa pois vai ei, et aika ajankohtainen aihe nää rahapelit niin oisin halunnu tietää lisää, kun oon siitä aikasemminki lukenu.” – Mies, 18, testiartikkelista 9

”– Sit jossain vaiheessa oli juttua niistä siivoojista ja oisko nepalilaisten ravintoloiden työntekijöistä [HS:n tutkivan journalismin jutut] – niin tää menee ehkä samaa kategoriaan, niin tää ois kiinnostanu.” – Mies, 23, testiartikkelista 23

Hallitus haluaa suitsia ulkomaisia rahapeliyhtiöitä kovin ottein – pelitilien rahansiirrot ja voittojen maksu yritetään estää

Suomalaiset häviävät verkon uhkapeleissä ulkomaille ja Ahvenanmaalle yhteensä ehkä 300 miljoonaa euroa vuodessa.

Kasinot, uhkapelit ja rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut
21.9.2020 klo 20.02



Testiartikkeli 9. Yle 21.9.2020

”TE-toimistoon meneminen ei ole vaihtoehto” – Susie, Hanna ja lukuisat muut ulkomaalaiset pelkäävät karkotusta, jos hakevat työttömyystukea

Ulkomaalaisia on koronakriisin aikana ilmoittautunut työttömäksi suhteellisesti vähemmän kuin suomalaisia.

Työttömyys 22.9.2020 klo 06.27



Testiartikkeli 23. Yle 22.9.2020

3. ”Tätä oon miettinyt”

Kaikissa tapauksissa pelkkä tuttu ja kiinnostava aihe ei riitä. Näissä tapauksissa haastateltavia motivoi, jos juttu vaikuttaa kertovan jotain sellaista, mitä he ovat aiemmin miettineet kyseisestä aiheesta tai henkilöstä. Usein perusteluissa kohdat 2 ja 3 yhdistyivät eli haastateltavat olivat sekä seuranneet aiheen uutisointia aiemmin että kyseinen juttu kertoi jotain, joka oli heitä vielä mietityttänyt.

”On ollut sitä uutisointia, että tuodaan al-Holin leiriltä suomalaisia tänne Suomeen ja just tää, et oon miettinyt sitä et miten he sopeutuu yhteiskuntaan ja miten he voi lähteä terroristitoimintaan ja tulla takaisin, no kärjistetysti ihan noin vain, niin kiinnostaa et voisko heitä rangaista siitä jollain tavalla.”
– Mies, 23, testiartikkelista 15

”Oon iteki miettinyt et miks Sampo Terho vaan yhtäkkiä hävis niin oisin varmaan klikannuki auki.” – Nainen, 18, testiartikkelista 27

Politiikka | Lainsäädäntö

Oikeusministeriön työryhmä kiristäisi terrorismilakeja: Toiminta keskeisessä tehtävässä terroristijärjestössä tulisi rangaistavaksi

Myös kehottaminen tai houkuttelu värväytyä terroristiryhmään tai tehdä terrorismirikos olisi vastaisuudessa rangaistavaa.



Kurdien ylläpitämällä al-Holin leirillä Koillis-Syyriassa on edelleen suomalaisia Isis-perheiden jäseniä. Kuva: SAMI KERO / HS

Testiartikkeli 15. Helsingin Sanomat 16.6.2020

Sampo Terho jätti politiikan, mutta mitä hän tekee nyt? Entinen kulttuuriministeri ja sinisten puheenjohtaja pyörittää tuotantoyhtiötä

Sampo Terhon yhtiökumppani on Pohjalaisen entinen päätoimittaja Toni Viljanmaa, jonka ajatus yhtiö alkujaan on.

Sampo Terho 5.8.2020 klo 13.26



Kuva: Henrietta Hassinen / Yle

Testiartikkeli 27. Yle 5.8.2020

6.2.3 Tunteet

Tunteisiin liittyvät motivaatiotekijät erosivat samaistumisen ja tuttuuden motivaatiotekijöistä. Siinä missä samaistumiseen ja tuttuuteen liittyvät perustelut olivat havaittavissa varsin tasaisesti kaikilla haastateltavilla, tunteisiin liittyvät perustelut olivat 50 artikkelin joukossa yleisempiä ikähaitarin nuoremmilla. 23–24-vuotiaat haastateltavat perustelivat lukemistaan 3–4 jutun kohdalla tunnereaktiolla, kun taas 18–22-vuotiailla tunnereaktio sai kiinnostumaan jutusta 8–10 jutun kohdalla. Osalla haastateltavista oli myös periaatteellisia ajatuksia siitä, etteivät he halua lukea juttuja, joissa on klikkiotsikko. Kuitenkin riittävän vahva tunnereaktio sai ohittamaan periaatteen, ja siksi myös klikkiotsikoita karttavat ilmoittivat lukevansa ainakin joitain klikkijutuiksi katsomiaan. Koska otos on kuitenkin pieni, on mahdollista, että kyse on vain siitä, millaisia uutiskuluttajia haastateltaviksi on sattunut.

Tunnereaktiolla tarkoitan tässä yhteydessä erilaisia tunteita. Joissain tapauksissa tunne oli hämmennys, myötätunto tai yllätys. Joissain tapauksissa tunne liittyi siihen, että haastateltavat olivat jutun otsikon kanssa vahvasti samaa tai eri mieltä. Tunnereaktioksi määrittelin myös sellaiset tilanteet, joissa haastateltavat perustelivat olevansa kiinnostuneita jutusta, koska otsikko sai heidät pohtimaan, mistä uutisoidussa tapauksessa on oikeastaan kyse. Otsikko on siis kertonut riittävän selkeästi jutun lähtöasetelman, mutta jättänyt uteliaisuuden tarkemmille tiedoille.

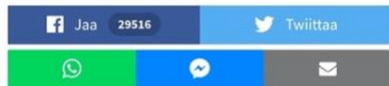
”No tämä oli ihan sillee, että what. Sen takia [lukisin] et miksi ihmeessä. Tuli vähän puskista.” – Nainen, 23, testiartikkelista 7

Katri Kulmuni visioi: Suomesta miehitettyjä avaruuslentoja – ”Tulee perustaa oma avaruushallinto”



Katri Kulmuni (kesk) uskoo, että Suomesta tullaan vielä näkemään miehitettyjä avaruuslentoja. (KUVA: HEIKKI SALUKKOMA)

Julkaisu: 27.8.22:44



Keskustan puheenjohtaja Katri Kulmuni uskoo, että Suomessa tullaan vielä näkemään sisunautteja.

Testiartikkeli 7. Ilta-Sanomat 27.8.2020

”Ehkä kiinnostaa vaan kuulla mitä Pirjolla on sanottavaa tai sit siinä on ehkä myös tietynlainen huvitus et Pirjo 78 Prismasta kertoo, et miten hallituksen kuuluu toimia.” – Mies, 19, testiartikkelista 25

Prisman pidetty työntekijä Pirjo, 78, joutui koko kevääksi pois töistä, lyttää hallituksen korona-toimet – ”Siihen pystyvät hyvin kylmät ihmiset, joilla ei ole empatiaa”



Testiartikkeli 25. Mtv 23.6.2020

”Toi otsikko saa kiinnostumaan ja haluun tietää niitä syitä, että miksi näin.” – Nainen, 18, testiartikkelista 47

Kysely: Marinin hallitukselle ruusuja koronatoimista ja risuja työllisyydestä

🕒 20.07.2020 klo 5:31

Keskustan kannattajilla on suuria epäilyjä hallitusta kohtaan.



Pääministeri Sanna Marin (sd). PETE ANIKARI

Testiartikkeli 47. Iltalehti 20.7.2020

Saman- tai erimielisyys kävi ilmi usein siitä, että haastateltavat alkoivat perusteluissa selittämään, miksi uutisessa kerrottu asia on heidän mielestään juuri näin kuten otsikko kertoo.

”Tuo on jotenkin ylipäänsä vaan uskomatonta et on toi Pohjoismainen vastarintaliikehomma. Se itessään on sellanen aihe, josta on asiaa [uutisointia], mut ei niin paljon et kuinka huolestuttavaa on et tällanen on olemassa ja järjestetään tällaista.” – Nainen, 23, testiartikkelista 45

Analyysi: Oikeus selätti PVL-natsit ja asetti rajat sananvapauden väärinkäytölle

Se, mitä PVL kutsuu sananvapaudeksi on perusoikeuksien väärinkäyttöä, politiikan toimittaja Merja Niilola kirjoittaa.

Pohjoismainen vastarintaliike 22.9.2020 klo 19:18



Pohjoismaisen vastarintaliikkeen marssit ovat ohi. Poliisihallituksen kanne lakkautti uusnatsien järjestön.

Testiartikkeli 45. Yle 22.9.2020

6.3 Demotivaatiotekijät

Haastateltavien demotivaatiotekijät olivat jaoteltavissa neljään luokkaan, jotka ovat **(1) lisäarvon puute, (2) epäselvyys, (3) riitely** sekä **(4) yksittäiset henkilöt ja mielipiteet**. Esittelen seuraavaksi näitä luokkia, jotka on muodostettu niiden testiartikkelien pohjalta, joita haastateltavat eivät olisi lukeneet.

6.3.1 Lisäarvon puute

Kaikista eniten haastateltavat perustelivat kiinnostuksen puutetta testiartikkeleihin sillä, ettei kyseisten juttujen lukeminen olisi tuonut heille lisäarvoa. Ajatus lisäarvosta pohjautui vahvasti siihen, että haastateltavat kokivat uutisten kuluttamiseen käyttämänsä ajan rajalliseksi, joten aikaa ei kannata käyttää minkä tahansa vastaan tulevan jutun lukemiseen. Tämä pohjautuu pitkälti Napolin (2010) esittämään ajatukseen siitä, että runsas tarjonta antaa kuluttajille vapauden valita käyttämänsä sisällöt. Arvio lisäarvosta tehtiin pitkälti otsikon antamien tietojen perusteella, joita kukin haastateltava peilasi esimerkiksi omiin kiinnostuksenkohteisiin, tarpeisiin tai aiempaan tietämykseen.

Lisäarvoa ei koettu saavan, jos jutussa ei ollut riittävän tärkeää, uutta, ajankohtaista tai konkreettista asiaa. Osa jutuista tuntui monien mielestä liian spekulatiivisilta, jos esimerkiksi poliitikko on tehnyt jonkin ehdotuksen ja uutinen perustuu tähän.

”Ei se vaikuta oikein kiinnostavalta tai sillai – – jotenki ku, en mä tiää, se ku välillä tuntuu et se on, ylimääräinen säätäminen tavallaan, et ku ei toi lisää sit mun tietoa politiikasta kuitenkaan.” – Nainen, 18, testiartikkelista 14

”Tuntuu turhanpäiväiseltä – – tässä ei oikeesti tehdä mitään päätöksiä ku ’vaaditaan’ roskaamisesta sakkoja. Sit jos tulis uutinen et tulee 200 euron sakko niin sit avaisin sen, koska sillon mun pitäis itekin miettiä et enhän mä varmasti heitä mitään roskaa maahan vahingossakaan. Mut tää on taas vähän tämmönen, poliittista puhetta, joka ei välttämättä johda mihinkään.” – Mies, 23, testiartikkelista 10

Puhemies torjuu vaatimuksen kutsua eduskunta koolle kesken istuntotauon – Perussuomalaiset syyttää pääministerin "todennäköisesti" rikkoneen perustuslakia, Marin vaatii täsmennystä

Perussuomalaiset vaatii eduskunnan nopeaa koolle kutsumista EU-sopimuksen vuoksi. Puhemiehen mielestä asia ei vaadi kiireellisiä päätöksiä eduskunnalta.



Perussuomalaisten eduskuntaryhmän puheenjohtaja Ville Tavio syytti pääministeri Sanna Marinia perustuslakivaliokunnan lausunnon ohittamisesta ja "todennäköisesti" perustuslain rikkomisesta EU-huippukokouksessa. Kuva: ELLA KIVINIEMI / HS & RIO GANDARA / HS

Kokoomusedustajat vaativat roskaamisesta jopa 200 euron sakkoa – "On syytä lähettää vahvempi viesti"



MTV Uutiset Live oli roskajahdissa Helsingissä. Katso videolta, millainen saalis löytyi puolestoista tunnissa.

Testiartikkeli 14. Helsingin Sanomat 23.7.2020

Testiartikkeli 10. Mtv 23.9.2020

Lisäksi jutun tuomaa lisäarvoa pohdittiin suhteessa omaan itseen. Jos jutun aihe tuntui etäiseltä tai sellaiselta, ettei se vaikuta haastateltavaan, juttu jää lukematta. Osa saattoikin perusteluissaan todeta, etteivät he koe kuuluvansa jutun kohderyhmään eli juttua ei ole tehty heitä varten. Tämä saattoi liittyä haastateltavan elämäntilanteeseen tai aiempaan tietämykseen aihepiiristä tai politiikan uutisten seuraamisesta kertyneeseen tietoon ajankohtaisista tapahtumista. Esimerkiksi paljon uutisoidut tapahtumat tuntuvat kuluneilta eivätkä jutut niistä tuo riittävästi uutta tietoa. Toisaalta jatkojutut jo aiemmin alkaneista uutistilanteista eivät kiinnostaneet, jos tilannetta ei ollut alusta lähtien seurannut. Jotkut kokivat osan jutuista myös tylsiksi, mutta näitä kommentteja kertyi suhteellisen vähän.

"No ei tää alkoholi ja tupakan kallistuminen kiinnosta tai ei se vaikuta millään tavalla mun rahapussiin, jos niiden hinta nousee. Ja ei toi työsuhdepolkupyörä, ei sekään oo ajankohtaista." – Nainen, 21, testiartikkelista 21

"Mä oon tienny jo et syntyvyyden kasvu tai et mä tiedän jo... Jotenkin toi ei kiinnosta toi aihe, kun se on jatkoa aiemmalle keskustelulle, joka on jatkunut pitkään enkä mä jaksa sitä enää lukee." – Mies, 19, testiartikkelista 19

Alkoholi ja tupakka kallistuvat, työsuhdepolkupyörälle verovapaus: HS:n laskurit kertovat, miten budjetti vaikuttaa kukkaroosi

Öljylämmitteisen omakotitalon lämmityskulut ovat nousemassa 75 eurolla vuodessa.



Alkoholijuomien hinnat nousevat ensi vuonna. Kuva: KALLE KOPONEN / HS

Testiartikkeli 21. Helsingin Sanomat 16.9.2020

Syntyvyyden kasvu jatkui kesäkuussa – kuolleita edelleen reippaasti enemmän

🕒 23.07.2020 klo 8:27

Tilastokeskus: Suomessa syntyi tammi-kesäkuussa 651 lasta enemmän kuin vuosi sitten.



ILTALEHTI

Testiartikkeli 19. Iltalehti 23.7.2020

6.3.2 Epäselvyys

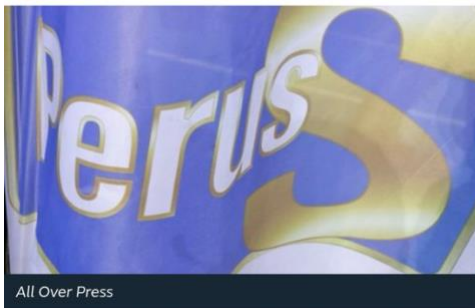
Lisäarvon puuttumisen lisäksi yleisimmäksi ongelmaksi muodostui epäselvyys siitä, mistä osassa jutuista edes on kyse. Haastateltavilla oli vaikeuksia ymmärtää juttujen esikatselujen ja erityisesti otsikkojen perusteella, mihin uutinen liittyy. Kun jutun tarkoitus oli epäselvä, oli tämä lähes automaattinen peruste sanoa, ettei haastateltava lukisi juttua. Kuten olen aiemmin esitellyt, haastateltavat pohtivat kiinnostustaan lukea juttu muun muassa samaistumisen ja tuttuuden pohjalta. Epäselvä juttu ei anna haastateltaville mahdollisuutta tunnistaa, samaistuvatko he juttuun tai onko aihe jollain tapaa tuttu, mikä johtaa hylkäämiseen. Vaikka myös tunteet ja jonkinlainen hämmennys olivat motivaatiotekijöitä, motivoimiseen oikeanlainen tunne heräsi ainoastaan jutuista, jotka olivat otsikoltaan, aiheeltaan tai kontekstiltaan selkeitä. Epäselkeyden ongelma on erityisesti siinä, että sekä testitilanteessa että tavallisesti arjessa päätös jutun klikkaamisesta tehdään hyvin nopeasti, joten vaikka otsikko olisi epäselvä, sitä ei jäädä pohtimaan ja lukemaan moneen kertaan vaan tilaisuus vakuuttaa lukija on menetetty.

Epäselvyyden aiheutti erityisesti kaksi asiaa: lauseiden tai yksittäisten sanojen monimutkaisuus sekä otsikoiden pituus. Usein yhdessä otsikossa oli molemmat ongelmat, mutta jotkut otsikot olivat monimutkaisia, vaikka ne eivät olleet pitkiä.

"Tässä on tosi paljon tekstiä taas [otsikossa]. Ja vähän hämmentävää. En tiää tarpeeksi perussuomalaisista et voisin sanoa et onko ne miehistynyt tai liikkunu oikealle 2010-luvun aikana ja et mitä on massapolarisoituminen. Et hankala luoda otsikon perusteella yleiskäsitystä et mistä tässä puhutaan." – Nainen, 24, testiartikkelista 16

"Ei ollu sit mielenkiintoinen aihe. En mä ehkä oikein saanu tosta ees selvää et mikä se aihe tässä oli et ois varmaan menny ohi." – Mies, 18, testiartikkelista 44

**Perussuomalaisten
äänestäjäkunta miehistyi ja
liikkui oikealle 2010-luvun
aikana – vaalitutkimuksen
mukaan äänestäjien mielipiteet
eivät ole
"massapolarisoituneet"**



Testiartikkeli 16. Mtv 20.9.2020

**Kommentti: Konsulttitoimistot
imevät puolue- ja mediavaikuttajia
– vihreät on tässä oma lukunsa**



Vihreiden varapuheenjohtaja Fatim Diarra työskentelee viestintätoimistossa, kuten muutkin vihreiden varapuheenjohtajat. (KUVA: MIKKO SUUTARINEN)
Julkaistu 27.8. 16:30



Media- ja konsulttitoimistot imevät media- ja poliittikkoväkeä. Kysymys alkaa kuulua, johdetaanko puolueitakin jo mediatoimistoista. Esimerkiksi vihreiden kaikki varapuheenjohtajat ovat töissä lobbarifirmoissa, ihmettelee politiikan erikoistoimittaja Timo Haapala.

Testiartikkeli 44. Ilta-Sanomat 27.8.2020

Erityisesti Helsingin Sanomien juttujen otsikot koettiin liian pitkeiksi ja siksi monimutkaisiksi. Tällaisia olivat esimerkiksi "Puhemies torjuu vaatimuksen kutsua eduskunta koolle kesken istuntotauon – Perussuomalaiset syyttää pääministerin 'todennäköisesti' rikkoneen perustuslakia, Marin vaatii täsmennystä" sekä "Fatim Diarran pyörästä nousi kohu, mutta HS:n selvityksessä löytyi yli 20 muutakin poliitikkojen kaupallista yhteistyötä – Niiden kieltäminen olisi 'iso moka', sanoo Joel Harkimo".

6.3.3 Riitely

Kuten Reuters-instituutin tutkimuksessa todettiin, nuoret aikuiset eivät arvosta liiallista sensaatiohakuisuutta ja asenteellisuutta (Kalogeropoulos 2019, 58). Tämä oli havaittavissa myös testiartikkeleissa. Vaikka erityisesti nuorimmat haastateltavat olivat kiinnostuneita klikki- ja kohujutuista, näissäkin kriteerinä vaikutti olevan jonkinlainen käsitys merkittävyydestä. Mikä tahansa kohu ei siis kiinnostanut, jos se vaikutti turhanpäiväiseltä. Turhanpäiväiseksi luokiteltiin esimerkiksi sellaiset jutut, joiden otsikossa mainittiin Twitter tai twiitti. Esimerkiksi seuraava uutinen oli testiartikkelien ainoa, jota kukaan haastateltavista ei olisi lukenut, koska otsikko oli epäselvä ja Twitter merkitsi monille automaattisesti sitä, ettei kyseessä ole merkityksellinen kohu.

”Tää on tämmönen et otsake on syyttely ja jonkun henkilön twiitti, josta nostettu uutinen ja toi kuva tai video mikä tos on, niin jotenki aika kämäsen näkönen uutinen.” – Nainen, 21, testiartikkelista 35

”Toi jonkun jehun twiitistä tehty juttu, vähän taas sellasta et ei tee mieli antaa painoarvoa tollaselle asialle. Se on kuitenkin vaan twiitti.” – Mies, 23, testiartikkelista 35

**Työmarkkinapomolta omituinen
tviitti: Syyttää
tuotantolaitoksensa sulkevia
yrityksiä oppositiopolitiikasta
Sanna Marinin hallitusta
vastaan**



Testiartikkeli 35. Mtv 15.9.2020

Eduskunnan toiminta näyttäytyi epäkiinnostavalta lähinnä sitä kautta, että eduskuntaan liittyvät uutiset ainakin testiartikkeleissa näyttäytyivät pitkälti riitelynä. Useampi haastateltava kuvaili toimintaa show'ksi ja lapselliseksi, mikä vaikutti kiinnostukseen kielteisesti. Ensisijaisesti kritiikki kohdistui poliitikkoihin ja heidän käytökseensä, mutta myös mediaan riitelyn uutisoimisesta.

"Toi vaikuttaa niin lastentarhameiningiltä, kun ne sie huutelee ja ärsyttää toisiaan, niin ei mua sellaiset uutiset kiinnosta." – Nainen, 18, testiartikkelista 11

"Ihan jotenkin vain, en tiedä, siis aina, jos on kuva tuolta kyselytunnilta tai muualta niin mulla tulee sellanen et aah se on aina joku älämölö (naurua), niin se ei ehkä kiinnittäis huomion tai ois riittävän, tai ku aina on joku tämmönen."
– Nainen, 23, testiartikkelista 11

"Tässäki on vähän sitä et kyllä mä näitä kyselytunteja silloin tällön ku sattuu tulee telkkarista samalla ku katon ainaki osan, mut jotenki se on niin sellasta show'ta et nehän siellä vaan huutaa toisilleen." – Mies, 23, testiartikkelista 11

Älämölö puhkesi eduskunnan kyselytunnilla EU-tukipaketista, puhemies Rinne joutui puuttumaan – ministeri Tuppurainen: "En hyväksy vihjailuja"



Testiartikkeli 11. Mtv 10.9.2020

6.3.4 Yksittäiset henkilöt ja mielipiteet

Neljäs luokka linkittyy jossain määrin edelliseen riitelyluokkaan. Moni haastateltava koki politiikan uutisten keskittyvän liikaa yksittäisiin henkilöihin ja heidän mielipiteisiinsä. Tämä lienee yksi syy, miksi henkilöjutut menestyivät heikosti verrattuna muihin kategorioihin, kuten luvussa 6.1 esitin. Moni kertoi kaipaavansa enemmän juttuja, jotka selittäisivät tapahtumia ja joiden lähtökohtana olisi aihe eikä henkilö. Toive on ymmärrettävä, kun otetaan huomioon, kuinka vahva motivaatiotekijä jutun aihe on (luku 6.1.). Jo Costera Meijerin yli kymmenen vuotta vanhassa tutkimuksessa havaittiin, että 15–25-vuotiaiden hollantilaisnuorten mielestä tv-uutiset keskittyvät liikaa yhteen näkökulmaan, mikä koettiin yksipuoliseksi (2007, 110).

Yksittäisiin henkilöihin ja mielipiteisiin vaikuttaa perustuvan myös toimittajien analyysien, kommenttien ja kolumnien huono menestys kategorioiden joukossa. Osa haastateltavista koki vaikeaksi perustella itselleen, miksi yksittäisen toimittajan mielipide pitäisi lukea. Perustelut linkittyivät lisäarvon puutteeseen: juttu ei anna lisäarvoa verrattuna siihen, että lukisi samasta aiheesta tavallisen uutisen.

”Tossaki on vähän ehkä se, että vaikuttaa et toi on kahden kansanedustajan välinen juttu, et ehkä mä en vaan niinku sit kiinnostu niin paljon tollasesta mielipide... sinällään tärkeä aihe mut ei vaan kolahda meikäläiselle.”

– Mies, 23, testiartikkelista 8

”No just täs jonku henkilön kirjottama kommentti tai mielipideteksti, ei ois kiinnostanu lukee tän Mikan mielipidettä. – – Onhan työllisyystoimet joo siis siinä mielessä on kiinnostavia, mut ei tällasena mielipidekirjotuksena.”

– Nainen, 21, testiartikkelista 43

Ilkka Kanerva tyrmää Li Anderssonin puheet varusmiespalveluksen lyhentämisestä



(KUVA: ANTTI AIMO-KOIVISTO / LEHTIKUVA, HEIKKI SAUKKOMAA / LEHTIKUVA)
Julkaistu: 27.8. 17:02



Li Anderssonin mukaan siviilipalveluksen sekä varusmiespalveluksen kesto lyhentämällä voitaisiin vahvistaa työllisyyttä jopa usealla tuhannella henkilöllä.

Testiartikkeli 8. Ilta-Sanomat 27.8.2020

Uutiset | Poliitiikka

Kommentti: Hallituksen työllisyystoimista tuli tussahdus – missä kunnianhimo?

16.09.2020 klo 19:49

Vaikeiden päätösten lykkääminen ei auta ketään, kirjoittaa Iltalehden Mika Koskinen.



Sanna Marinin (sd) hallituksen budjettiriiheltä odotettiin pontevia työllisyystoimia. Toisin kävi. Tuli tussahdus.



Testiartikkeli 43. Iltalehti 16.9.2020

6.4 Risuja ja ruusuja politiikan uutisoinnille

Testiartikkelien läpikäymisen jälkeen haastateltavilta kysyttiin, miten he luonnehtisivat suomalaisten medioiden politiikan uutisointia ja miten sitä voisi tehdä paremmin, jos heidän mielestään uutisoinnissa on kehitettävää.

Pääosin politiikan uutisia pidettiin jo hyvin laadukkaina ja kiitosta sai etenkin monipuolisuus, mikä toisaalta on voinut johtua myös tutkimusasetelmasta, jossa testiartikkelit edustavat hyvin erilaisia uutistyypppejä. Lisäksi uutisia pidettiin pitkälti neutraaleina ja faktapohjaisina, mutta osaa pidettiin liian provosoivina tai tylsinä. Costera Meijerin (2007) suosion paradoksi on siis jossain määrin yhä läsnä eli nuoret haluavat yhtä aikaa viihdyttävää ja vakavasti otettavaa, mutta molemmat liiallisina annoksina ajavat pois sisällön luota. Toisaalta nuoret eivät välttämättä ajattele, että viihdyttävyyys ja opettavaisuus sulkisivat toisensa pois (2007, 101).

Kehittämiskohteista eniten mainittiin epäselvyys, jota käsittelin demotivaatiotekijöissä. Yksi haastateltavista kiteytti hyvin ongelman:

”Jutut oli kiinnostavia, mutta niitä ois helpompi lähestyä, jos ne ois selkeämpiä ja suurempia. Jos tuntuu liian vaikeelta, helposti vaan aattelee et ei mun tarvii tietää.” – Nainen, 18

Läpi haastattelujen toistui kokemus, että osa jutuista oli tehty ihmisille, jotka ovat seuranneet kyseistä kehittyvää uutistilannetta alusta lähtien tai joilla oli muuten enemmän tietoa aiheesta. Tämän takia voi olla vaikea sitouttaa nuoria aikuisia politiikan uutisten pariin, koska monet politiikan keskustelut saattavat jatkua vuosien ajan.

”Niinku joihinki uutisiin, vanhoihin juttuihin tulee uusia kerroksia niin niissä lopussa on usein se et mistä on kysymys. Monesti meen ekana sinne kattomaan, että mihin tää liittyy, mutta sitä ei aina ole siellä. Sitten vaan silmäilee sen eikä oo mitään käryä, että mitä tässä on tapahtumassa, niin niitä ei tuu sitten luettuakaan. – – Jos ydin on jäänyt epäselväksi, ei niitä pysty kokoamaan yhdeksi.” – Nainen, 23

”Varsinkin joitain vuosia sitten, kun ei vielä kauheesti lukenu uutisii niin mua ois kiinnostanu tietää enemmän politiikasta, koska mä haluaisin tavallaan tietää siitä, mut sitten... No tää ei ehkä oo uutisten ongelma, mut ois hyvä et ois joku starter pack, mikä pitäis lukea et sisäistä. Sen liikkuvan junan kyytiin on vaikea hypätä, kun alkaa lukee ekaa kertaa asioita. Mä oon monesti miettinyt, et jos luen vaikka esseetä varten tutkimusta, niin mä haluisin, et jos mä vien hiiren jonkun sanan tai käsitteen tai henkilön kohdalle, mä saisin pienen boksen sivuun, jossa lukis yhdellä tai kahdella lauseella, että kuka tää on tai mikä tää käsite on. – – Joo sellanen vois olla uutisissakin.” – Mies, 23

Tällä tavalla uutisten vaikeaselkoisuus ja kohdentaminen aktiivisille politiikan seuraajille ovat ongelmia myös laajemmin poliittiselle kiinnostukselle ja sitä kautta demokratialle. Nuoret aikuiset eivät todennäköisesti ole ainoita, jotka kokevat politiikan uutiset ja niiden otsikot vaikeaselkoisiksi, joten juttujen tekeminen erilaiset pohjatiedot huomioiden palvelisi parhaimmillaan laajaa ihmisjoukkoa.

Otsikon merkitys

Otsikoilla on huomattava merkitys siihen, kokivatko haastateltavat juttuja itselle soveltuviksi tai ketkä ovat arvioita juttujen kohderyhmää. Esimerkiksi osa ei halunnut lukea juttua otsikolla ”Alkoholi ja tupakka kallistuvat, työsuhdepolkupyörälle verovapaus: HS:n laskurit kertovat, miten budjetti vaikuttaa kukkaroosi”, koska otsikossa mainitut alkoholi, tupakka ja työsuhdepolkupyörä eivät liittyneet heidän elämäänsä. Tosiasiassa laskurissa oli muitakin osioita. Jos otsikon pohjalta haastateltava arvioi, etteivät hänen ennakkotietonsa aiheesta riitä jutun ymmärtämiseen, juttua ei olisi klikattu auki. Esimerkiksi yksi haastateltava ei olisi lukenut juttua ”Analyysi: Oikeus selätti PVL-natsit ja asetti rajat sananvapauden väärinkäytölle”, koska hän ei tunnistanut, mitä tarkoittaa kirjainlyhenne PVL (Pohjoismainen vastarintaliike). Useampi haastateltava ihmetteli, mitä tarkoittaa tussahdus jutussa ”Kommentti: Hallituksen työllisyystoimista tuli tussahdus – missä kunnianhimo?” eivätkä he siksi olisi klikanneet juttua auki.

Testiartikkeleissa oli yksi juttu, jota voisi kuvailla erityisen onnistuneeksi. Se on myös esimerkki siitä, että aiheen lisäksi otsikolla on paljon merkitystä. Kyseessä on Ylen juttu otsikolla ”Raiskauslakiuudistus ottaa uusia askeleita ja etenee lausuntokierrokselle – muistatko vielä mistä uudistuksessa on kyse?”. Haastateltavat pitivät otsikkoa selkeänä, ja lisäksi otsikko onnistui niin sanotusti ajamaan kaksilla rattailla. Tällä tarkoitan sitä, että juttu vetosi kahteen eri kohderyhmään, joihin haastateltavat itsensä mielsivät. Osa haastateltavista oli hyvin perillä Suostumus 2018 -kansalaisaloitteesta, joka eteni eduskunnan käsittelyyn. He olivat esimerkiksi itse allekirjoittaneet aloitteen ja tiesivät hyvin, mistä uudistuksessa on kyse. He perustelivat kiinnostustaan juttuun otsikon ensimmäisellä osuudella eli he halusivat tietää, miten aloite ja uudistus ovat edenneet. Osa haastateltavista taas osasi kyllä yhdistää jutun aiempaan keskusteluun kansalaisaloitteesta, mutta he eivät kokeneet olevansa niin perillä uudistuksesta. Heihin vetosi otsikon jälkimmäinen osio.

**Raiskauslakiuudistus ottaa uusia
askeleita ja etenee
lausuntokierrokselle – muistatko vielä
mistä uudistuksessa on kyse?**

Suostumuksen puute voi johtaa lähivuosina
raiskaustuomioon myös Suomessa.

Seksuaalirikoslaki 7.7.2020 klo 05.43



Testiartikkeli 13. Yle 7.7.2020

Toki on syytä huomata, että jutun aihe on jo itsessään sellainen, että moni nuori aikuinen kokee sen tärkeäksi, mutta toisenlaisella otsikolla juttu olisi voinut palvella vain toista ryhmää riippuen siitä, millaisen mielikuvan otsikko antaa lukijalta vaadittavista ennakkotiedoista. Huonolla otsikolla juttu olisi ollut ankea prosessiuutinen, joka ei olisi välttämättä tavoittanut kumpaakaan ryhmää. Nyt sen olisi lukenut 11 haastateltavaa 12:sta, ja se oli suosituimpien juttujen jaetulla ykkössijalla vihreiden kannabisselvitystä ja korkeakouluhaku-uudistusta käsittelevien juttujen kanssa.

7 Johtopäätökset, keskustelu ja jatkotutkimuksen tarpeet

7.1 Yhteenveto

Tässä maisterintutkielmassa olen haastatellut 12 nuorta aikuista, jotka ovat kertoneet uutisiin ja politiikan uutisiin liittyvistä kulutustottumuksistaan sekä pohtineet 50 testitartikkelin avulla, millaisia politiikan uutisia he yleensä lukevat ja miksi. Näin olen pyrkinyt vastaamaan tutkimuskysymyksiini siitä, millaisia politiikan uutisten kuluttajia nuoret aikuiset ovat sekä millaiset motivaatio- ja demotivaatiotekijät jutuissa vaikuttavat siihen, mitä politiikan uutisia he lukevat.

Haastateltavat kuluttivat uutisia monipuolisesti eri medioista ja aiheista. Heillä oli havaittavissa neljä sisäistä motivaatiota, joiden takia he kuluttavat uutisia. Näitä olivat ajanviete, halu sivistyä, huomioarvo ja samaistuminen, joista kaksi jälkimmäistä korostuivat erityisesti politiikan uutisten kohdalla. Lähes kaikki haastateltavat arvioivat, että he kuluttivat politiikan uutisia nykyään enemmän ja useammista aiheista kuin joitain vuosia aiemmin. Lisääntymiseen olivat vaikuttaneet koulutus, aikuistuminen, kaveripiiri ja yksittäinen kiinnostusta herättävä uutistapahtuma. Kaikki asemoivat itsensä keskiverroksi, kun heiltä kysyttiin, kuinka perillä he ovat yhteiskunnallisista asioista.

Yksi eniten motivaatioon vaikuttava asia oli jutun aihe, joka lähtökohtaisesti määritteli jutun kiinnostavuuden. Jutussa esiintyvä puolue vaikutti lähinnä niihin haastateltaviin, joilla oli selkeä puoluekanta. Jutuissa esiintyvien henkilöiden iän vaikutuksesta ei pysty tämän tutkimuksen asetelman perusteella vetämään johtopäätöksiä.

Vaikuttaa siltä, että jokaisella haastateltavalla on tietyt, yleensä tiedostamattomat valintamekanismit, joiden perusteella he valitsevat uutisten yltäkylläisestä massasta ne jutut, jotka he haluavat lukea. Motivaatio- ja demotivaatiotekijät avaavat yleisimpiä valintamekanismeja. Näiden tekijöiden ja haastateltavien perusteluiden pohjalta voidaan huomata, että haastateltavat tekevät heti jonkin politiikan teeman uutisoinnin alussa valinnan siitä, seuraavatko he kyseistä aihetta vai eivät. Ensimmäisillä tilanteesta tehdyillä jutuilla ja niiden otsikoilla voi siis olla huomattava vaikutus siihen, valitaanko aihe seurattavaksi vai ei.

Vaikka kaikilla haastateltavilla on sisäistä motivaatiota politiikan uutisten seuraamiselle, he ovat kiinnostuneita vain osasta juttuja. Siihen, mitkä jutut valikoituvat vaikuttavat motivaatiotekijät eli samaistuminen, tuttuus ja tunteet. Erityisesti näistä tuttuus kertoo siitä, että uutistapahtuman ensimmäisillä jutuilla on paljon merkitystä. Sopivasti tuttu aihe sai lukemaan lisää juttuja samasta aiheesta, jotta haastateltavat pysyisivät perillä tärkeimmistä käänteistä.

Jos uutisoinnin alussa jutut toteuttavat esiteltyjä demotivaatiotekijöitä, eli epäselvyyttä, lisäarvon puutetta, riitelyä sekä yksittäisiä henkilöitä ja mielipiteitä, jäävät jutut todennäköisesti lukematta. Kaikilla haastateltavilla oli sisäinen vaatimus ennakkotiedoista, eli aiheesta on tiedettävä edes jotain, jotta he tarttuisivat juttuihin. Tällä tavalla demotivaatiotekijät voivat vaikuttaa vielä pitkään kuluttajien tietämykseen ja haluun lukea jatkojuttuja uutistilanteen jatkuessa, jos demotivaatiotekijät aiheuttavat sen, ettei kuluttaja ensiuutisoinnin aikana valitse lukea juttuja. Aiheeseen tuskin lähdetään enää perehtymään ensiuutisoinnin jälkeen.

7.2 Johtopäätökset ja keskustelu

Yllä esittämäni valintamekanismin keskiössä on kunkin haastateltavan tekemä tulkinta, joka pohjautuu usein erityisesti otsikkoon, mutta myös kuvan ja otsikon luomaan kokonaisuuteen. Haastateltavien tulkinnoissa oli selvästi läsnä Stuart Hallin (1973) sisään- ja uloskoodauksen periaatteita, joista kerroin tarkemmin luvussa 2. Toimittaja on sisäänkoodannut juttuun ja erityisesti otsikkoon hallitsevan lukutavan, jolla juttua olisi syytä tulkita. Haastateltavat eivät aina uloskoodanneet jutun merkityksiä hallitsevalla lukutavalla vaan myös neuvottelevalla lukutavalla, jossa hyväksytään tietyt toimittajan antamat merkitykset, mutta ei kaikkia. Esimerkiksi juttu otsikolla ”Vihattu ’Aktiivimalli 2’ on täällä taas – Mitä sanoo SAK nyt?” uloskoodattiin sekä hallitsevalla että neuvottelevalla tavalla. Hallitsevassa tulkinnassa haastateltavat arvioivat, että jutussa kerrotaan siitä, miten SAK nyt suhtautuu aktiivimalli 2:een. He eivät halunneet lukea juttua, koska SAK:n näkemys ei kiinnostanut heitä. Neuvottelevalla tavalla tulkitsevat haastateltavat taas mielsivät, että jutussa kerrotaan, mistä aktiivimalli 2:ssa on kyse. He halusivat lukea jutun, koska aihe oli heille osin tuttu esimerkiksi aiemman aktiivimallin takia, mutta ei liian tuttu ja he kokivat tarvetta perehtyä siihen.

Toinen erilaisia tulkintoja saanut oli juttu otsikolla ”Ministeriö myöntää epäonnistumisen vierailukieltojen ohjeessa – äiti tuskissaan: ”Tuntuu nöyryyttävältä”. Vain harva osasi uloskoodata jutun hallitsevalla tavalla eli jutussa puhutaan vammaisten asumisyksiköiden koronaviruspandemiaan liittyvästä vierailukielto-ohjeesta. Osa ei kyennyt uloskoodaamaan juttua laisinkaan, koska he kokivat otsikon epäselväksi eivätkä osanneet kontekstoida aihetta. He eivät olisi lukeneet juttua. Osa taas uloskoodasi jutun neuvottelevalla tavalla yhdistäen aiheen esimerkiksi omiin vanhainkodissa oleviin isovanhempiin. Uloskoodaukset siis vaikuttavat siihen, tulkitaanko juttu itselle kiinnostavaksi. Epäselvällä otsikolla voidaan vesittää jutun tavoittavuus, kun aihetta ei kyetä uloskoodaamaan.

Moninaiset uloskoodaukset kertovat siitä, että vaikka saman ikäluokan edustajia voidaan pitää Morleyn (1980) teoretisoinnin pohjalta omana alakulttuurinaan, he eivät uloskoodaa juttuja keskenään samalla tavalla. Kyse ei siis todennäköisesti ole vain sosiodemografisten tekijöiden vaikutuksesta vaan lisäksi esimerkiksi kunkin haastateltavan ennakkotietojen ja otsikon selkeyden yhteisvaikutuksesta. Tulos myös osoittaa, että vastaanottotutkimuksessa pitäisi huomioida se, mitä tapahtuu, jos vastaanottaja ei pysty uloskoodaamaan jutun merkityksiä lainkaan. Esimerkiksi tässä tutkimuksessa osa haastateltavista syytti itseään heikoista pohjatiedoista ja siitä, ettei kyennyt uloskoodaamaan kaikkia juttuja. Käytännöllisesti katsoen on aiheellista pohtia, onko syy myös toimittajissa, jotka tekevät juttuja ja erityisesti otsikkoja liikaa sellaisille kuluttajille, jotka seuraavat politiikan käänteitä tiiviisti ja osaavat kontekstoida jutut juuri toimittajan tarkoittamalla tavalla. Kuten olen aiemmin todennut, haastatellut nuoret aikuiset seurasivat kuitenkin politiikan uutisia hyvin sekä määrällisesti että laadullisesti.

Tämän tutkimuksen pohjalta voidaan sanoa, että yksi merkittävimmistä vaikuttajista kiinnostukselle politiikan uutisiin oli samaistuminen, joka oli sekä sisäinen että ulkoinen motivaatiotekijä. Samaistuminen on esiintynyt useissa viime vuosien tutkimuksissa (mm. Kallinen & Berg 2019, 101; Hartley 2018, 51; Opermann 2018, 100), mutta näissä samaistuminen on usein käsitetty tarkoittamaan kapeasti nuorten kiinnostuksenkohteita ja elämää. Tutkimuksessani haastateltavien hahmottama samaistuminen oli hyvinkin laajaa eikä aina kovin suoraviivaista. Joku samaistui

juttuun, jossa koronatoimia arvosteli 78-vuotias Prisman myyjä Pirjo, koska haastateltava oli itse ollut Prismassa töissä nuorena. Toinen samaistui juttuun Elinkeinoelämän keskusliiton kyselystä, jossa kerrottiin yritysten luottamuksesta hallitukseen, koska haastateltava työllisti itsensä yrittäjänä. Yrittäjäroolinsa takia hän oli myös erittäin kiinnostunut kaikista testiartikkelien työllisyyttä käsittelevistä jutuista, joiden hän koki liittyvän omaan elämäänsä. Useampi samaistui uutiseen koronan vierailukiellosta, jonka he yhdistivät liittyvän omiin isovanhempiin, vaikka jutussa puhuttiin vammaisten asumisyksiköistä. Samaistumispinta voi siis muodostua hyvinkin pienistä otsikossa tai jutussa ilmenevistä tiedoista. Havainto on merkittävä käsitykselle nuoresta sukupolvea: Ajatus siitä, että nuoret ovat kiinnostuneita vain omasta elämästään antaa heistä helposti itsekeskeisen kuvan. Näin ajatellen kiinnostavien uutisaiheiden lista voisi olla lyhyt, mutta laaja samaistumiskäsitys kertoo itse asiassa monipuolisesta kiinnostuksesta omaan elämänpiiriin liittyvistä aiheista.

Schofield Clarkin ja Marchin tutkimuksissa havaittiin, että nuoret kokivat, etteivät he kuulu siihen kohderyhmään, jolle uutisia tehdään (2017, 80). Myös Sveningssonin tutkimuksessa nuoret kokivat olevansa ulkopuolisia yhteiskunnallisissa uutisissa eivätkä he samaistuneet uutisiin (2015, 9). Oman tutkimukseni mukaan lähes kaikki löysivät testiartikkeleista ja keskimäärin politiikan uutisista samaistumispintaa, mutta tietynlaista ulkopuolisuutta haastateltavat kokivat vaikeaselkoisten otsikoiden takia. Tämä on demotivaatiotekijöistä sellainen, johon mediantekijöiden kannattaisi erityisesti kiinnittää huomiota. Jutuissa usein ainakin pyritään selittämään tapahtuneita ymmärrettävästi ja taustoittamaan, mutta sama periaate ei yllä otsikkoon, mikä selvisi testiartikkelien avulla. Kokemus ulkopuolisuudesta ja liian heikoista ennakkotiedoista jutun ymmärtämistä varten voivat vieraannuttaa nuorta sukupolvea uutisten ja politiikan parista. Pahimmillaan se voi heikentää nuorten tunnetta siitä, että he ovat osa demokraattista päätöksentekojärjestelmää.

Moni haastateltava kertoi testiartikkelien kohdalla olevansa kiinnostunut lukemaan jonkin jutun siksi, että aihe on heille tuttu keskustelujen kautta. Puhuttaessa muutoksista uutistottumuksissa moni myös kertoi kaveripiirin ja uutisista keskustelun vaikuttaneen siihen, että he seuraavat uutisia ja politiikan uutisia enemmän kuin pari vuotta sitten. Kuten olen aiemmin esittänyt, uutismedioiden ja somen käyttäminen uutisten seuraamiseen vaikuttavat positiivisesti esimerkiksi poliittiseen osallistumiseen ja

kiinnostukseen (Dimitrova ym. 2014; Holt ym. 2013; Kruikemeier & Shehata 2017; Strömbäck & Shehata 2010; Strömbäck ym. 2018). Kuitenkin esimerkiksi poliittisia keskusteluja tutkinut Eveland argumentoi, että pelkkä uutisten seuraaminen ei lisää ihmisten poliittista tietämystä. Kun tarkastellaan yhdysvaltalaisen poliittista tietämystä pitkällä aikavälillä, tiedot ovat yhä heikot, vaikka uutisten saatavuus ja koulutuksen taso ovat kehittyneet. Eveland havaitsi tutkimuksessaan, että jos ihmisten yksi motivaatio uutiskulutukselle on tiedon saaminen keskusteluja varten, he pohtivat ja sisäistävät uutisten sisältöä. Tämä taas on yhteydessä parempaan poliittiseen tietämykseen ja siksi uutisista keskustelulla on merkitystä politiikan tutkimukselle. (2004, 177–178, 187–188.)

Yhtenä osallistuvan demokratian tärkeimpinä ominaisuuksina on pidetty kansalaisten käymää keskustelua poliittisista asioista. Periaate on lähtöisin jo antiikin Kreikan kansankokouksista, ja myöhemmin keskustelujen merkitystä demokratialle ja julkisen mielipiteen muodostumiselle ovat teoretisoineet muun muassa Dewey (1927) ja Habermas (1989) (ks. Herkman 2011, 72–77). Myös empiiriset tutkimukset tukevat sitä, että uutiset antavat tietoa ja motiivia keskusteluille ja keskustelut mahdollistavat valveutuneet kansalaiset ja harkitut mielipiteet (esim. De Boer & Velthuijsen 2001; Brites ym. 2017). Keskustelujen avulla validoidaan asioiden merkitystä ja tunnustellaan hallitsevia normeja ennen oman mielipiteen kunnollista muovautumista (De Boer & Velthuijsen 2001).

Kaveripiirin ja keskustelujen positiivista vaikutusta haastateltavien uutiskulutukseen voi pitää merkittävänä myös laajemmin poliittisen kiinnostuksen, osallistumisen ja tietämyksen kannalta. Esimerkiksi Bennett, Flickinger ja Rhine (2000) argumentoivat, että keskusteluja itsessään tulisi kohdella poliittisen osallistumisen tärkeänä muotona. Tässä tutkimuksessa haastateltavat mainitsivat keskustelevansa politiikasta ja uutisista erityisesti kavereidensa kanssa, vaikka moni kävi keskusteluja myös perhepiirissä. Mats Ekströmin 17–18-vuotiaille ruotsalaislukiolaisille tekemässä tutkimuksessa havaittiin, että kavereiden kanssa keskustelu on tärkeämpää kuin perheen kanssa, kun vertaillaan vaikutuksia poliittisen aktiivisuuden muodostumiselle. Tämä johtuu siitä, että kaverit ovat merkittävämpiä oman identiteetin rakentamisessa. (2016, 8.)

Leen (2013) kehittämät medialle soveltuvat käyttötarkoitukset olivat jossain määrin havaittavissa myös tässä tutkimuksessa. Haastateltavien sisäisistä motivaatioista ajanviete vertautuu Leen viihdemotivoituneeseen sekä halu sivistyä ja huomioarvo vertautuvat informaatiomotivoituneeseen uutiskulutukseen. Sosiaalisesti motivoitunutta uutiskulutus oli myös esillä, kun haastateltavat kertoivat kaveripiiriin vaikuttaneen siihen, että he nykyään seurasivat uutisia ja politiikan uutisia aiempaa enemmän. Leen tutkimuksen mukaan ikä oli merkittävin tekijä, joka vaikutti motivaatioihin: nuoret olivat viihde- ja sosiaalisesti motivoituneita, kun taas vanhemmat informaatio- ja mielipidemotivoituneita (2013, 308–311). Ongelmana on kuitenkin, etteivät Leen ryhmittely tai muut käyttötarkoitustutkimukset huomioi erilaisia uutistyypppejä. Jos katsotaan motivaatiota nimenomaan politiikan uutisten kuluttamiseen, haastatteleman nuoret aikuiset olivat informaatio- ja sosiaalisesti motivoituneita. Lisäksi tutkimuksessani samaistuminen nousi esiin sekä sisäisenä että ulkoisena motivaatiotekijänä, mutta Leen ryhmittely ei huomioi sitä lainkaan. Käyttötarkoitustutkimuksissa olisi tulevaisuudessa syytä tarkastella samaistumista uutiskulutuksen motivaationa, sillä 2020-luvun ihmisiin, arkeen ja tarinallisuuteen keskittyvä uutisointi mahdollistaa runsaasti samaistumispintaa myös politiikan kaltaisissa uutisissa, joita on totuttu pitämään kovina uutisina ja kylminä faktoina.

Tämä tutkimus on mahdollisesti ensimmäinen laatuaan, jossa tutkitaan ulkoisia motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä uutiskulutuksen kontekstissa.

Käyttötarkoitustutkimuksen fokus sisäisiin motivaatioihin on arvokas kokonaiskuvan saamiseksi, mutta tutkimukseni osoittaa, että myös ulkoisia motivaatio- ja demotivaatiotekijöitä tutkimalla voidaan saada tietoa uutiskuluttajien arvotuksista ja asenteista. Poliitiikan uutisten tapauksessa tällä tavalla hahmottuvat tekijöiden taustalla vaikuttavat käsitykset politiikasta ja uutisista sekä nuorten aikuisten omasta suhteesta niihin. Esimerkiksi samaistumisen ja tuttuuden korostuminen motivaatiotekijöinä kertoo siitä, että haastatellut nuoret aikuiset kokevat monet politiikan uutiset ja niiden käsittelemät teemat itselleen läheisiksi sekä ovat kosketuksissa politiikkaan uutisoinnin, kavereiden ja koulutuksen avulla. Tuttuus motivaatiotekijänä, eli halu lukea juttu siksi, että on kuullut aiheesta ennenkin, ei voisi muodostua ilman tietämystä ja käsitystä päivänpolitiikasta. Nuorten aikuisten poliittisen tietämyksen ja kiinnostuksen sekä laajemmin demokratian kannalta nämä ovat hyviä uutisia.

Riitely sekä yksittäisiin henkilöihin ja mielipiteisiin keskittyminen demotivaatiotekijöinä taas kertovat siitä, että politiikan julkisuus ei näyttäydä myönteisessä valossa nuorille aikuisille. Demotivaatiotekijöistä epäselvyyden taustalla voi olla sekä tietämättömyyttä että toisaalta aiheiden monimutkaisuutta ja otsikoinnin epäonnistumista. Nämä ovat samoja havaintoja kuin Waynen ym. tutkimuksessa, jonka mukaan brittinuoria eivät kiinnostaneet politiikan tv-ohjelmat, koska niissä oli liikaa riitelyä ja aiheita, jotka eivät olleet tuttuja (2010, 210–211). Tässä mielessä tietyt asiat ovat pysyneet samanlaisina kymmenessä vuodessa tutkimusten välillä. Ulkoisten motivaatio- ja demotivaatiotekijöiden tutkimista kannattaisi siis hyödyntää median ja uutisten käyttötarkoitustutkimuksissa myös jatkossa.

Yleinen ennakkoluulo on, että nuoret tai nuoret aikuiset eivät ole kiinnostuneita politiikan uutisista. Sekä tämän että aiemman tutkimuksen perusteella ennakkoluulolle ei ole kovinkaan paljon katetta. Haastatellut nuoret aikuiset olivat kiinnostuneita politiikan uutisista ja seurasivat niitä monipuolisemmin ja määrällisesti enemmän kuin osasin itsekään odottaa. Testiartikkeleissa oli useita kuiviksi mielletäviä uutisia, mutta vain yksi artikkeli viidestäkymmenestä ei saanut yhtäkään lukijaa.

Toki haastateltavien välillä oli eroavaisuuksia: osa oli kiinnostunut politiikasta vähemmän kuin toiset. Jos kuitenkin tarkastellaan erikseen haastateltavia, jotka ilmoittivat lukevansa määrällisesti vähiten testiartikkeleita tai jotka arvioivat seuraavansa politiikkaa hyvin vähän, ei heidänkään voi sanoa olevan epäkiinnostuneita tai passiivisia. Hekin seurasivat omaan elämäänsä tai alaansa liittyviä politiikan uutisia sekä usein lisäksi joitain merkittävimmiksi kokemiaan tapahtumia kuten valtiovarainministeri Katri Kulmunin (kesk.) eroa ja ulkoministeri Pekka Haaviston (vihr.) rikosepäilyä. Kiinnostus ja toteutunut kulutus ovat myös eri asioita: osalla toteutunut kulutus voi olla vähäistä, mutta testiartikkelien perusteella kiinnostusta olisi enemmänkin kulutukselle. Vaikeudesta muuttaa kiinnostus kulutukseksi kertovat demotivaatiotekijät.

Kuten jo aiemmin esitin, kaikilla haastateltavilla vaikutti olevan korkeat standardit sille, mitä tarkoittaa olla hyvin perillä politiikasta tai seuraavansa politiikan uutisia. Taustalla vaikuttaa olevan se, että politiikka on aihealueena laaja ja uutisia on määrällisesti paljon. Lisäksi haastateltavat eivät selvästikään olleet ennen testiartikkeleja

hahmottaneet, mitä kaikkia juttuja politiikan uutisten alle todella kuuluu. Osa aiheista on myös monimutkaisia kuten sosiaali- ja terveystiedustukset. Laajuuden ja monimutkaisuuden takia haastateltavat kokevat riittämättömyyden tunnetta. Kuten Sveningsson on todennut, vääristynyt kuva itsestä uutisten kuluttajana voi olla haitallinen, koska nuoret voivat kokea sen takia olevansa huonoja kansalaisia (2015, 9). Olisikin syytä miettiä, miten suomalaisten nuorten aikuisten ja mahdollisesti muunkin väestön itsetuntoa voisi tässä asiassa parantaa. Jos ajattelemme, että politiikasta ovat perillä vain ministerit ja heidän erityisavustajansa, on taso riittävälle ymmärrykselle suhteettoman korkealla.

Nuorten aikuisten monipuolisen politiikan uutisten kuluttamisen puolesta puhuivat niin luettaviksi ilmoitetut testiartikkelit kuin haastateltavien kertomukset uutisten kuluttamisen tottumuksistaan. Haastateltavat luettelivat aihealueita, joista tehtyjä juttuja he useimmiten lukivat. Aihealueita olivat muun muassa ilmastonmuutos, perussuomalaiset, Yhdysvaltain presidentti Donald Trump ja maan presidentinvaalit, eri maiden väliset suhteet, nuoret, opiskelu, koronatoimet, psykologia, ihmisten käyttäytyminen, teknologia, liikunta, viihde, politiikka, tulevaisuus, arkeologia, urheilu, julkiset, talous, sijoittaminen, terveys, ravitsemus, ruoka, puolueet, koulutus, jääkiekko, kulttuuri, musiikki, elokuvat, taide ja oman kaupungin uutiset. Aihealueet ovat erilaisia, mutta niissä on yhtäläisyyksiä aiempaan tutkimukseen: koulutus, ilmastonmuutos, talous, tekniikka, matkailu, ruoka, viihde, urheilu ja tulevaisuus on mainittu myös muissa tutkimuksissa (Kallinen & Berg 2019; Wayne ym. 2010, 79). Toisaalta eroavaisuuksiakin on, sillä monissa tutkimuksissa politiikka on ollut epäkiinnostava aihealue. Esimerkiksi Kallisen & Bergin (2019) analyysissä kansallinen politiikka oli yksi vähiten kiinnostavista aihealueista, mutta tämän tutkielman perusteella kansallisen politiikan sisällä oli myös monia nuoria aikuisia kiinnostavia aihealueita. Erikseen politiikan mainitsi itseään kiinnostavissa aihealueissa useampi haastateltava.

Hyvä uutinen yhteiskunnalliselle huolelle nuorten poliittisesta kiinnostuksesta on myös se, että tutkimukseni vahvisti aiempien tutkimusten käsitystä siitä, että uutisten seuraaminen ja sitä kautta todennäköisesti myös kiinnostus politiikkaan ja yhteiskuntaan aktivoituvat ja muuttuvat rutiineiksi vasta parikymppisenä (vrt. Merikivi ym. 2016; York & Scholl 2015). Lähes kaikki haastateltavat kertoivat seuraavansa

uutisia ja erityisesti politiikan uutisia enemmän nyt kuin joitain vuosia aiemmin. Osa hyvinkin aktiivisista politiikan uutisten kuluttajista kertoi, ettei heitä vielä edes lukiossa kiinnostanut politiikka. Epäkiinnostunut nuori ei siis väistämättä kasva epäkiinnostuneeksi aikuiseksi. Huoli 15-vuotiaiden kiinnostuksesta vaikuttaa jossain määrin ylimitoitetulta. Kuten yksi 18-vuotias haastateltava totesi: ”Kun on ollu skidi, en ollu kiinnostunu politiikasta tai uutisista eikä musta toisaalta oo kauheesti nuorten vastuulla olla ees perillä”.

7.3 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimus

Tutkimukseeni liittyy monia puolia, jotka ovat olleet omia arvioitani ja jotka ovat voineet vaikuttaa siihen, millaisia tuloksia olen saanut ja miten niitä olen tulkinut. On selvää, että sisällönanalyysi perustuu tutkijana havaintoihini, joten tuloksia ei voi pitää kaikkiin nuoriin aikuisiin pätevänä totuutena heidän kiinnostuksestaan politiikan uutisiin, vaan pikemminkin yhtenä tarkkaan harkittuna ja analysoituna näkökulmana. Olen pyrkinyt perustelemaan tekemiäni valintoja kaikissa käännteissä.

Tekemäni luokittelut perustuvat arvioihini samankaltaisuuksista ja olennaisimmista kohdista haastateltavien puheessa. Olisi mahdotonta tutkielman rajoissa esitellä kaikkia niitä perusteluja, joita haastateltavat antoivat arvioidessaan kiinnostustaan testiartikkeleihin. Olen siis joutunut jättämään pois monia yksittäisiä perusteluja, jotka ehkä jonkun toisen tutkielmassa olisivat muodostaneet oman luokkansa. Luokkien kohdalla olen joutunut myös miettimään, millaiset asiat liittyvät toisiinsa, jolloin on väistämätöntä, että jotkin teemat olisivat sopineet mahdollisesti myös jonkin toisen luokan yhteyteen. Esimerkiksi riitely sekä yksittäiset henkilön ja heidän mielipiteensä olisivat periaatteessa voineet olla yksi yhteinen luokka, mutta koin, että haastateltavien perusteluissa ne tulivat esiin omina osa-alueinaan. Myös lisäarvon puute ja epäselvyys olivat luokkia, joiden erottelu haastateltavien perusteluissa oli ajoittain vaikeaa. Haastateltavat saattoivat esimerkiksi todeta, että eivät lukisi juttua, koska eivät ole seuranneet aiheeseen liittyvää uutisointia. Tämän olisi voinut laskea myös epäselvyydeksi (esim. haastateltava ei tiedä, mistä tässä jutussa on kyse, koska ei ole seurannut uutisointia), mutta päätin lopulta huomioida kyseiset perustelut lisäarvon puutteena, koska kommenttien perusteella taustalla oli enemmän se, ettei uutinen ole ajan arvoista aiemman seuraamattomuuden takia, kuin että kyse olisi

tietämättömyydestä tai ymmärtämättömyydestä. Uskon, että kokoamani luokat edustavat kattavasti sitä, mitä eri haastateltavat kertoivat.

Yksi rajoite ovat testiartikkelit ja tutkimuksen koemainen luonne. Testiasetelma on itse kehittämäni eikä se pohjautu suoraan aiempaan tutkimukseen, joten en pysty vertaamaan saatuja tuloksia tutkimuksiin, joissa on vastaava asetelma. Asetelman perustana on ollut simuloida valintatilannetta, jossa ihmiset selaavat usein kymmeniä uutisia ja valitsevat nopeasti ja alitajuntaisesti itselleen kiinnostavimmat. 50 testiartikkeliä oli joillekin haastateltaville raskas määrä, mikä on voinut väsymyksen takia vaikuttaa heidän vastauksiinsa loppua kohden, mutta toisaalta suuri määrä pakotti haastateltavat mahdollisimman todelliseen asetelmaan, jossa tekstejä ei lueta pieteetillä eikä päätöksiä pohdita pitkään. Lisäksi tuloksiin on voinut vaikuttaa se, millaisia juttuja 50 artikkeliin valikoitui. Esimerkiksi artikkelit edustivat tavanomaista politiikan uutisten päivittäistä tarjontaa monipuolisempaa joukkoa. Tämä näkyi myös haastateltavien puheessa. Moni pohti artikkelien jälkeen, että heille oli yllättävää, että politiikan uutisissa on näin monipuolisia juttuja. Toisaalta testiartikkelien ei ollut tarkoitus edustaa kaikkea politiikan uutisointia vaan tutkimuksen kannalta kiinnostavimpia elementtejä.

Kokonaisuudessaan sanoisin, että simulaatio oli onnistunut. Metodilla saatiin esiin uutisista johtuvia syitä, jotka vaikuttivat motivaatioon ja valintoihin. Myös haastateltavat kertoivat ymmärtäneensä enemmän omista uutistottumuksistaan, mikä auttoi heitä vastaamaan myöhempiin kysymyksiin uutisten kuluttamisesta. Näin vastaukset ovat perustuneet paremmin haastateltavien todelliseen kuluttamiseen eikä vain siihen, mitä asioita haastateltaville sattuu tulemaan ensimmäisenä mieleen haastattelussa. Esimerkiksi yksi haastateltava kertoi haastattelun loppupuolella ymmärtäneensä testiartikkelien avulla, että hän keskittyy lukiessaan paljon juttuihin, jotka liittyvät omaan kuplaan, mistä haastateltava oli hieman järkyttynyt ja häpeissään. Voi olla, että ilman testiartikkeleja hänen vastauksissaan olisi korostunut jalo käsitys itsestä valistuneena yksilönä.

Haastattelututkimuksessa on usein riski siihen, että haastateltavat vastaavat kysymyksiin niin, että vastaukset ovat tutkijalle mieluisia tai yhteiskunnallisesti hyväksyttyjä. Tällainen sovinainen vastaaminen (*social desirability bias*) on ollut

myös ongelmana aiemmissa käyttötarkoitustutkimuksissa (ks. Pietilä 2005, 198, 201–202). Sovinnaisuus voi tutkimuksessani tarkoittaa sitä, että haastateltavat ovat arvioineet seuraavansa politiikan uutisia todellisuutta enemmän mutta myös vähemmän. Tämä johtuu siitä, että haastattelun alussa painotin haastateltaville, että he vastaisivat testiartikkeleihin realistisesti ja että ”jos mikään jutuista ei kiinnosta, se ei haittaa”. Haastateltavat ovat siis voineet tulkita, että tutkimuksessani on toivottua olla kiinnostumatta politiikan uutisista. En kuitenkaan havainnut merkkejä tutkijan tai haastateltavan kannalta hyväksytyjen vastausten antamisesta. Kuten aiemmin totesin, nekin haastateltavat, jotka kokivat seuraavansa uutisia vähän, olivat kiinnostuneita huomattavan monesta testiartikkelista. Todennäköisempää siis on, että haastateltavat olisivat suurennelleet kiinnostustaan testiartikkeleissa. Haastattelun alussa painottamani realismi on voinut hillinnyt suurentelua ainakin niin, että sillä ei ole suurta vaikutusta tuloksiin. Tämän puolesta puhuvat haastateltavien omat pohdinnat, joissa he harmittelivat vähäistä kiinnostustaan testiartikkelien jälkeen ja kokivat huonoa omaatuntoa siitä.

Jos vastaavanlaista testiasetelmaa haluaisi käyttää tutkimuksissa jatkossa, tilanteen aitoutta voisi lisätä kehittämällä uutismaisen sivuston, jossa haastateltavat klikkailisivat valintojaan omilla puhelimillaan tai vaihtoehtoisesti hyödyntämällä olemassa olevia uutissivustoja. Lisäksi voisi olla aiheellista leikata juttujen esikatselusta ingressi pois. Jätin tutkimuksessani ingressit juttuihin siksi, että somejakojen tekstit tulevat usein ingresseistä, joten testissä tarjolla olisivat samat tiedot kuin tavallisessa somejaossa. Osa haastateltavista jäi kuitenkin ajoittain lukemaan ingressien tekstejä liian tarkkaan, mikä teki valintatilanteesta hitaamman kuin testissä ihanteellisesti olisi.

Oma vaikeutensa haastattelututkimuksessa on aina haastateltavien valinta. Kuten aiemmin kerroin, olen pyrkinyt hankkimaan monipuolisen ryhmän haastateltavia, missä koen onnistuneeni hyvin. Kahdestatoista haastateltavasta on kuitenkin mahdotonta saada koko Suomen nuorisoa edustava otos, joten seuraavaksi muutama heikkous. Maantieteellisesti haastateltavat asuvat suurissa kaupungeissa lukuun ottamatta kahta haastateltavaa. Olisi ollut kiinnostavaa haastatella enemmän nuoria aikuisia, jotka asuvat tai ovat kotoisin maaseudulta tai pieniltä paikkakunnilta. Toisaalta haastateltavien ikä ohjasi siihen, että moni oli korkeakouluopiskelija ja korkeakoulut sijaitsevat isoissa kaupungeissa. Haastateltavilta ei myöskään kysytty heidän

perhetaustastaan kuten vanhempien tulo- tai koulutustasosta, mikä olisi voinut osoittaa yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. On siis mahdotonta sanoa, onko haastateltaviksi sattunut nuoria aikuisia keskiluokkaisista tai hyvätuloisista perheistä.

Lisäksi haastateltavien puoluejakauma ei noudata koko ikäluokan puoluejakamaa, sillä perussuomalaisten osuus on huomattavan pieni. Läheisissä puolueissa korostuvat vihreät ja vasemmistoliitto sekä kokoomus ja sd. Vain yksi haastateltava nimesi perussuomalaiset itselleen läheiseksi, kun taas eduskuntavaalitutkimuksen mukaan perussuomalaiset on 18–34-vuotiaiden suosituin puolue (Isotalo ym 2019, 14). Toisaalta on aiheellista pohtia, paljonko perussuomalaisten joukossa on perinteisen uutismedian välttelijöitä, minkä takia he eivät välttämättä olisi halunneet osallistua tutkimukseen tai sopineet siihen uutiskäytöltään, koska etsin tutkimukseen uutisia seuraavia ihmisiä. Sivosen ja Saarisen tutkimus vaikuttaisi hieman tukevan tätä pohdintaa. He havaitsivat, että perussuomalaisten kannattajat ja jäsenet suhtautuivat kriittisesti erityisesti Helsingin Sanomiin, kun taas vihreiden ja kokoomuksen kannattajat ja jäsenet suhtautuivat luottavaisesti. Tilanne oli päinvastainen luottamuksessa valeuutissivusto MV-lehteen. (2018, 288–292.) Joka tapauksessa haastateltavissa olisi voinut olla enemmän arvokonservatiivisia näkemyksiä edustavia nuoria aikuisia.

Tässä tutkimuksessa tuli selväksi, että kaveripiirillä oli vaikutusta siihen, että haastateltavat olivat ylipäänsä alkaneet kiinnostua politiikasta ja politiikan uutisista. Sosiaalisten suhteiden vaikutusta politiikan uutisten kuluttamiseen ja muidenkin uutisten kuluttamiseen kannattaisi tutkia pidemmälle. Millainen vaikutus on sillä, jos kaveriporukassa on yksi hieman aktiivisempi politiikan uutisten seuraaja? Voiko hän saada muut kiinnostumaan vai lopettaako hänkin uutisten seuraamisen, koska kaverit eivät seuraa? Entä jos poliittiset näkemykset ovatkin hieman erilaisia, vaietaanko joistain aiheista?

Haastateltavien ennakkotiedot politiikan uutisista vaikuttivat paljon siihen, mitä juttuja he lukisivat testiartikkeleista. Olisi hyödyllistä tietää, kuinka hyvin suomalaiset nuoret aikuiset ylipäänsä tietävät ajankohtaisista politiikan tapahtumista ja tunnistavatko he keskeisiä henkilöitä. Näin voitaisiin paremmin sanoa, kuinka hyvin nuoret aikuiset ovat oikeasti perillä yhteiskunnallisista asioista verrattuna heidän omaan käsitykseensä.

Tämä auttaisi myös ymmärtämään, millä tavalla otsikoista ja jutuista voisi tehdä selkeämpiä nuorten aikuisten kannalta.

Lisäksi on tärkeää muistaa, etteivät nuoret tai nuoret aikuiset ole yhtenäinen yleisösegmentti. Jo kahdentoista nuoren aikuisen ryhmään mahtui hyvin erilaisia kiinnostuksenkohteita ja kulutustottumuksia, vaikka haastateltavilla oli myös paljon samankaltaisuuksia. Tämän tutkimuksen tuloksia ei voi yleistää koskemaan kaikkia suomalaisia 18–24-vuotiaita, mutta tulokset antavat hyvän käsityksen ainakin jonkin verran tai paljon politiikan uutisia kuluttavien nuorten aikuisten ajatuksista. Nuorten aikuisten kiinnostusta politiikan uutisiin kannattaisikin tutkia jatkossa esimerkiksi eri kuluttajatyyppeiden kannalta. Tässä tutkimuksessa ei ollut mahdollisuuksia arvioida syvällisesti, millä tavalla haastateltavien tavat kuluttaa uutisia erosivat toisistaan ja onko tapojen taustalla esimerkiksi yhtäläisyyksiä haastateltavien ikään, perhetaustaan tai koulutukseen.

Tutkimuksia nuorista ja nuorista aikuisista on tehty paljon esimerkiksi muissa Pohjoismaissa, mutta tieteellinen tutkimus suomalaisnuorten suhteesta uutisiin sekä sen syistä ja seurauksista puuttuvat. Ainoat merkittävät lähteet ovat nuorisobarometrit ja Reuters-instituutin vuosittainen tutkimus, jotka keskittyvät kuitenkin uutisten seuraamiseen hyvin yleisellä tasolla. Näistä tutkimuksista on esimerkiksi vaikea sanoa, miten suomalaisnuoret kuluttavat juuri politiikan uutisia, jotka ovat demokratian kannalta merkittävimpiä uutisia. Tutkimukset ovat usein myös kvantitatiivisia, kun taas kvalitatiivisilla menetelmillä voitaisiin saada tarpeellista lisätietoa suomalaisnuorten asenteista ja suhteesta uutisiin kuten tässä tutkimuksessa. Jotta voisimme ymmärtää paremmin, mihin suuntaan uutisten kulutus on tulevana vuosikymmeninä menossa, tutkimuksissa kannattaisi keskittyä Z-sukupolven edustajiin. Tieteellinen tutkimus suomalaisnuorista palvelisi myös kotimaista mediaa, joka joutuu kamppailemaan erityisesti nuorten ja nuorten aikuisten huomiosta monikansallisten somejättien ja mediayhtiöiden kanssa aivan eri luokan budjetilla. Kotimaisen mediakentän elinvoimaisuus on välttämätöntä koko suomalaiselle yhteiskunnalle ja demokratialle.

8 Lähteet

Bennett, S.E., Flickinger, R.S. & Rhine, S.L. 2000, Political Talk Over Here, Over There, Over Time, *British Journal of Political Science*, 30(1), s. 99–119.

Bird, S.E. 2011, Seeking the Audience for News: Response, News Talk, and Everyday Practices, teoksessa *The Handbook of Media Audiences*, Wiley-Blackwell, Oxford, s. 489–508.

Brites, M. & Kõuts-Klemm, R. 2018, News definitions and motivations: young people and adults in Portugal and in Estonia, *Estudos em Comunicação*, 1(27), s. 175–190.

Brites, M., Ponte, C. & Menezes, I. 2017, Youth talking about news and civic daily life, *Journal of Youth Studies*, 20(3), s. 398–412.

Celot, P. 2009, Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy level in Europe should be assessed, European Association for Viewers' Interests EAVI, Brussels.

Costera Meijer, I. 2016, Practicing Audience-centred Journalism Research, teoksessa *The SAGE Handbook of Digital Journalism*, toim. T. Witschge, C.W. Anderson, D. Domingo & A. Hermida, Sage Publications, Ltd., London, s. 546–561.

Costera Meijer, I. 2007, The Paradox of Popularity: How young people experience the news, *Journalism Studies*, 8(1), s. 96–116.

De Boer, C. & Velthuisen, A.S. 2001, Participation in Conversations About the News, *International Journal of Public Opinion Research*, 13(2), s. 140–158.

Dimitrova, D.V., Shehata, A., Strömbäck, J. & Nord, L.W. 2014, The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns, *Communication Research*, 41(1), s. 95–118.

Edgerly, S., Vraga, E.K., Bode, L., Thorson, K. & Thorson, E. 2018, New Media, New Relationship to Participation? A Closer Look at Youth News Repertoires and Political Participation, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), s. 192–212.

Ekström, M. 2016, Young people's everyday political talk: a social achievement of democratic engagement, *Journal of Youth Studies*, 19(1), s. 1–19.

Elenbaas, M., de Vreese, C., Schuck, A. & Boomgaarden, H. 2014, Reconciling passive and motivated learning: the saturation-conditional impact of media coverage and motivation on political information, *Communication Research*, 41(4), s. 481–504.

Eveland Jr., W.P. 2004, The Effect of Political Discussion in Producing Informed Citizens: The Roles of Information, Motivation, and Elaboration, *Political communication*, 21(2), s. 177–193.

Hall, S. 1973, Encoding and decoding in the television discourse, *Stencilled Occasional Paper*, Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, Birmingham. Saatavilla: <https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/history/cccs/stencilled-occasional-papers/1to8and11to24and38to48/SOP07.pdf> (Haettu 11.1.2021).

Hallin, D.C. & Mancini, P. 2004, *Comparing media systems: three models of media and politics*, Cambridge University Press, Cambridge.

Happonen, K. 2020, ”Kehitämme printtiä, mutta kasvu tulee digitaalisuudesta” – Nuoret ovat avainasemassa median kilpailussa.
Saatavilla: <https://www.aamulehti.fi/a/2c24a50d-2e76-4c61-83ab-cd9f942dacb6> (Haettu 24.2.2020).

Hartley, J.M. 2018, ‘It’s Something Posh People Do’: Digital Distinction in Young People’s Cross-Media News Engagement, *Media and Communication*, 6(2), s. 46–55.

- Herkman, J. 2009, Journalismi markkinoilla. Konserni- ja mediajournalismia, teoksessa *Journalismi murroksessa*, toim. E. Väliaverronen, Gaudeamus, Helsinki, s. 32–49.
- Herkman, J. 2011, *Politiikka ja mediajulkisuus*, Vastapaino, Tampere.
- Hermida, A. 2016, Social Media and the News, teoksessa *The SAGE handbook of digital journalism*, toim. T. Witschge, C.W. Anderson, D. Domingo & A. Hermida, SAGE Publications, Ltd., London, s. 81–94.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J. & Ljungberg, E. 2013, Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*, 28(1), s. 19–34.
- Horowitz, E.M. 2007, Book reviews: Tuned out: Why Americans under 40 don't follow the news – by David T. Z. Mindich, *Journal of Communication*, 57(1), s. 175–176.
- Isotalo, V., Järvi, T., von Schoultz, Å & Söderlund, P. 2019, *Suomalainen äänestäjä 2003–2019*, Oikeusministeriö.
- Isotalus, P. 2017, *Mediapoliitikko*, Gaudeamus, Helsinki.
- Jervelycke Belfrage, M. 2018, Young people do consume news in social media – with a little help from their friends, teoksessa *Youth and News in a Digital Media Environment: Nordic–Baltic Perspectives*, toim. Y. Andersson, U. Dalquist & J. Ohlsson, Nordicom, University of Gothenburg, Gothenburg, s. 105–114.
- Jyrkiäinen, J. 2017, Sanomalehdistö, teoksessa *Suomen mediamaisema*, toim. K. Nordenstreng & H. Nieminen, 4. uudistettu laitos, Vastapaino, Tampere, s. 56–98.
- Kallinen, S. & Berg, J. 2019, *Nuoret ja uutisaiheiden valinta: Analyysi 29 eri uutismediasta*, Ajatushautomo Agenda.

- Kalogeropoulos, A. 2019, How Younger Generations Consume News Differently, teoksessa *Reuters Institute Digital News Report 2019*, toim. N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos & R. K. Nielsen, Reuters Institute for the Study of Journalism, s. 55–59. Saatavilla: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf
- Kızıltepe, Z. 2008, Motivation and demotivation of university teachers, *Teachers and Teaching*, 14(5–6), s. 515–530.
- Kruikemeier, S. & Shehata, A. 2017, News Media Use and Political Engagement Among Adolescents: An Analysis of Virtuous Circles Using Panel Data, *Political Communication*, 34(2), s. 221–242.
- Kuivas, E. 2019, "Samaistun ehkä enemmän omanikäisiin, nuorempaan porukkaan" – Näin ikä ja sukupuoli vaikuttavat äänestyspäätökseen. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-10730831> (Haettu 24.3.2020).
- Lee, A.M. 2013, News Audiences Revisited: Theorizing the Link Between Audience Motivations and News Consumption, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(3), s. 300–317.
- Lindell, J. 2018, The taste for news. Class shaping young people's news use in Sweden, teoksessa *Youth and News in a Digital Media Environment*, toim. Y. Andersson, U. Dalquist & J. Ohlsson, Nordicom, University of Gothenburg, Gothenburg, s. 133–140.
- Merikivi, J., Myllyniemi, S. & Salasuo, M. 2016, *Media hanskassa: lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimus 2016 mediasta ja liikunnasta*, Opetus- ja kulttuuriministeriö, Helsinki.
- Morley, D. 1992, *Television, audiences, and cultural studies*, Routledge, London.
- Napoli, P.M. 2010, *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*, Columbia University Press, New York.

Nieminen, H. & Pantti, M. 2009, *Media markkinoilla: Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*, Uudistettu painos, Loki-kirjat, Helsinki.

Noppari, E. & Niemi, M.K. 2017, Sopuleista someaikaan – Median valta politiikassa, teoksessa *Poliittinen valta Suomessa*, toim. M.K. Niemi, T. Raunio & I. Ruostetsaari, Vastapaino, Tampere, s. 245–268.

Opermann, S. 2018, Youth news media use in Estonia, teoksessa *Youth and News in a Digital Media Environment: Nordic–Baltic Perspectives*, toim. Y. Andersson, U. Dalquist & J. Ohlsson, Nordicom, University of Gothenburg, Gothenburg, s. 91–104.

Ørmen, J. 2018, A generation divided. (Dis)engagement towards news among Danish youth, teoksessa *Youth and News in a Digital Media Environment: Nordic–Baltic Perspectives*, toim. Y. Andersson, U. Dalquist & J. Ohlsson, Nordicom, University of Gothenburg, Gothenburg, s. 141–147.

Panek, E. 2016, High-Choice Revisited: An Experimental Analysis of the Dynamics of News Selection Behavior in High-Choice Media Environments, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(4), s. 836–856.

Pearson, G.D. & Knobloch-Westerwick, S. 2018, Perusing pages and skimming screens: Exploring differing patterns of selective exposure to hard news and professional sources in online and print news, *New Media & Society*, 20(10), s. 3580–3596.

Pekkarinen, E. & Myllyniemi, S. 2019, *Vaikutusvaltaa Euroopan laidalla: Nuorisobarometri 2018*, Valtion nuorisoneuvosto, Helsinki.

Pietilä, V. 2005, *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä: tutkimusalan kehitystä jäljittämässä*, 2. painos, Vastapaino, Tampere.

Pohjola, T. 2020, *Lehtitalot kaipaavat uusia yleisöjä – toimitukset vilkuilevat nyt lasten suuntaan*. Saatavilla: <https://www.journalisti.fi/artikkelit/2020/1/lehtitalot-kaipaavat-uusia-yleisj-toimitukset-vilkuilevat-nyt-lasten-suuntaan/> (Haettu 24.2.2020).

Prior, M. 2009, The Immensely Inflated News Audience: Assessing Bias in Self-Reported News Exposure, *The Public Opinion Quarterly*, 73(1), s. 130–143.

Puukka, P. 2020, *Yle Uutiset haluaa alle kolmekymppisten kännyköihin – Rosa Kettumäki ja Robert Sundman mukaan Nuorten uutistoimitukseen.*

Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-11637797> (Haettu 24.11.2020).

Quan-Haase, A. & Young, A.L. 2014, The Uses and Gratifications (U&G) Approach as a Lens for Studying Social Media Practice, teoksessa *The Handbook of Media and Mass Communication Theory*, toim. R.S. Fortner & P.M. Fackler, John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, s. 269–286.

Reunanen, E. 2019, *Uutismedia verkossa 2019. Reuters-instituutin Digital News Report – Suomen maaraportti*, Tampereen yliopisto.

Ruggiero, T.E. 2000, Uses and Gratifications Theory in the 21st Century, *Mass Communication and Society*, 3(1), s. 3–37.

Schofield Clark, L. & Marchi, R. 2017, *Young People and the Future of News*, Cambridge University Press, Cambridge.

Seppänen, J. & Väliaverronen, E. 2013, *Mediayhteiskunta*, 2. painos, Vastapaino, Tampere.

Sivonen, J. & Saarinen, A. 2018, Puolueiden kannattajien luottamus mediaan, 83(3), s. 287–293.

Slettebakk, D. & Storm-Mathisen, A. 2018, News consumption among young people in Norway. The relevance of smartphones and social media, teoksessa *Youth and News in a Digital Media Environment: Nordic–Baltic Perspectives*, toim. Y. Andersson, U. Dalquist & J. Ohlsson, Nordicom, University of Gothenburg, Gothenburg, s. 115–123.

Strömbäck, J., Falasca, K. & Kruikemeier, S. 2018, The Mix of Media Use Matters: Investigating the Effects of Individual News Repertoires on Offline and Online Political Participation, *Political Communication*, 35(3), s. 413–432.

Strömbäck, J. & Shehata, A. 2010, Media malaise or a virtuous circle? Exploring the causal relationships between news media exposure, political news attention and political interest, *European Journal of Political Research*, 49(5), s. 575–597.

Sundar, S.S. & Limperos, A.M. 2013, Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), s. 504–525.

Sveningsson, M. 2015, “It’s Only a Pastime, Really”: Young People’s Experiences of Social Media as a Source of News about Public Affairs, *Social Media + Society*, 1(2), s. 1–11.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018, *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*, Uudistettu laitos, Tammi, Helsinki.

Varpula, S. 2019, *Haetaan moniosaajaa, koulutetaanko sellaista? Tutkimus journalistiikan koulutuksen suhteutumisesta alan vaatimuksiin*. Journalistiikan ja viestinnän pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.

Väliverronen, E. & Kunelius, R. 2009, Poliitiikan journalismi medioitumisen aikakaudella, teoksessa *Journalismi murroksessa*, toim. E. Väliverronen, Gaudeamus, Helsinki, s. 225–247.

Wayne, M., Petley, J., Murray, C. & Henderson, L. 2010, *Television News, Politics and Young People*, Palgrave Macmillan, London.

Wiio, O.A. & Nordenstreng, K. 2017, Viestintäjärjestelmä, teoksessa *Suomen mediamaisema*, toim. K. Nordenstreng & H. Nieminen, 4. uudistettu laitos, Vastapaino, Tampere, s. 13–32.

Yadamsuren, B. & Erdelez, S. 2011, Online news reading behavior: From habitual reading to stumbling upon news, *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 48(1), s. 1–10.

Ylen strategia 2017. Saatavilla: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/10/24/ylen-strategia> (Haettu 26.3.2020).

Ylen strategia 2020. Saatavilla: <https://yle.fi/aihe/strategia> (Haettu 24.1.2021).

9 Liitteet

9.1 Haastattelurunko

Motivaatio ja demotivaatiotekijät

1. Esittelen seuraavaksi erilaisia politiikan uutisia. Valitse näkemistäsi ne, jotka lukisit ja ne, joita et lukisi. (Edetään viisi juttua kerrallaan, minkä jälkeen seuraavia kysymyksiä valintojen mukaan.)
 - a. Miksi valitsit tämän? Miksi et olisi lukenut tätä?
2. Nyt, kun olet nähnyt 50 erilaista politiikan uutista, miten luonnehtisit suomalaisten medioiden politiikan uutisia? Millaisia ne uutiset mielestäsi olivat?
3. Miten politiikan uutisia voisi mielestäsi tehdä paremmin vai koetko, että nykyiset politiikan uutiset on tehty jo riittävän hyvin?

Uutismedioiden ja politiikan uutisten kulutus

4. Kuvaile, millainen uutisten kuluttaja olet.
 - a. Millaisia uutisia seuraat mieluiten ja mitä kautta (väline, alusta tai media)?
5. Kuvaile, millainen politiikan uutisten kuluttaja olet.
6. Ovatko uutisten seuraamiseen liittyvät tottumuksesi muuttuneet viime vuosina? Entä politiikan uutisten seuraamiseen liittyvät tottumukset? Kuvaile muutoksia.
 - a. Miksi tällaisia muutoksia, miksi ei ole muuttunut?
7. Koetko olevasi hyvin perillä yhteiskunnallisista asioista tai politiikasta? Perustele.

Taustatiedot

- Nimi, ikä, sukupuoli (nainen/mies/muu/en halua kertoa), kotikaupunki, koulutustausta, elämäntilanne haastatteluhetkellä (opiskelu/työt).
- Onko joku puolue tai jotkin puolueet sinulle läheisempiä kuin muut? Jos on, haluatko kertoa, mikä puolue tai mitkä puolueet?

9.2 Testiartikkelit

Kategoria	Nro.	Otsikko	Media	Julkaisupäivä
Kohut	1	Katri Kulmuni eroaa valtiovarainministerin tehtävästä – tiedotustilaisuus katsottavissa kokonaisuudessaan	HS	5.6.2020
	2	Sanna Marinin UPM-kommenteista puhkesi sanasota – ”Miksi lietsot luokkataistelua, pääministeri?”	IS	31.8.2020
	3	Valtio perii Perussuomalaisten Suomen Perusta -säätöiltä takaisin yli 10 000 euroa – syynä kohukirja Totuus kiihottaa	Mtv	8.9.2020
	4	Saarikko linjasi selfieissä ilmastoahdistusta lietsovat ulos ”meidän porukasta” – nuorisojärjestöt pettyivät vähättelyyn	IL	18.9.2020
	5	Sikakirjoituksillaan kohauttanut PS-poliitikko jättää puoluevaltuuston – Halla-aho torppaa Li Anderssonin vaatimuksen anteeksipyyntöä	IS	21.9.2020
Aloitteet	6	Päätös meni läpi puoluekokouksessa: Vihreät haluaa laajan selvityksen kannabiksen laillistamisesta	Mtv	20.9.2020
	7	Katri Kulmuni visioi: Suomesta miehitettyjä avaruuslentoja – ”Tulee perustaa oma avaruushallinto”	IS	27.8.2020
	8	Ilkka Kanerva tyrmää Li Anderssonin puheet varusmiespalveluksen lyhentämisestä	IS	27.8.2020
	9	Hallitus haluaa suitsia ulkomaisia rahapeliyhtiöitä kovin ottein – pelitilien rahansiirrot ja voittojen maksu yritetään estää	Yle	21.9.2020
	10	Kokoomusedustajat vaativat roskaamisesta jopa 200 euron sakkoa – ”On syytä lähettää vahvempi viesti”	Mtv	23.9.2020
Prosessit	11	Älämölö puhkesi eduskunnan kyselytunnilla EU-tukipaketista, puhemies Rinne joutui puuttumaan – ministeri Tuppurainen: ”En hyväksy vihjailuja”	Mtv	10.9.2020
	12	Ilmastopaneelin johtaja hälytettiin kiireellä Säätytalolle avaamaan hallituksen turvesolmua – tällainen kompromissi turpeesta voisi löytyä	IS	15.9.2020
	13	Raiskauslakiuudistus ottaa uusia askeleita ja etenee lausuntokierrokselle – muistatko vielä mistä uudistuksessa on kyse?	Yle	7.7.2020
	14	Puhemies torjuu vaatimuksen kutsua eduskunta koolle kesken istuntotauon	HS	23.7.2020

		– Perussuomalaiset syyttää pääministerin ”todennäköisesti” rikkoneen perustuslakia, Marin vaatii täsmennystä		
	15	Oikeusministeriön työryhmä kiristäisi terrorismilakeja: Toiminta keskeisessä työtehtävässä terroristijärjestössä tulisi rangaistavaksi	HS	16.6.2020
Ilmiöt	16	Perussuomalaisten äänestäjäkunta miehistyi ja liikkui oikealle 2010-luvun aikana – vaalitutkimuksen mukaan äänestäjien mielipiteet eivät ole ”massapolarisoituneet”	Mtv	20.9.2020
	17	Fatim Diarran pyörästä nousi kohu, mutta HS:n selvityksessä löytyi yli 20 muutakin poliitikkojen kaupallista yhteistyötä – Niiden kieltäminen olisi ”iso moka”, sanoo Joel Harkimo	HS	7.9.2020
	18	”Miksi naispoliitikoille ei sallita virheitä?” somessa kysyttiin, kun Katri Kulmuni erosi – sukupuolella on merkitystä, sanovat tutkijat	Yle	14.6.2020
	19	Syntyvyyden kasvu jatkui kesäkuussa – kuolleita edelleen reippaasti enemmän	IL	23.7.2020
	20	Isoa eläkeuudistusta syytettiin suurten ikäluokkien ”röyhkeäksi puhallukseksi” – Nyt uudistuksen arkkitehdit vastaavat, miksi se oli reilu myös nuorille	HS	21.7.2020
Arkijutut	21	Alkoholi ja tupakka kallistuvat, työsuhdepolkupyörälle verovapaus: HS:n laskurit kertovat, miten budjetti vaikuttaa kukkaroosi	HS	16.9.2020
	22	Tutkijat pitävät korkeakouluhaun uudistusta eriarvoistavana – todistusvalinta voi suosia kaupunkilaisten ja koulutettujen perheiden tyttöjä	Yle	1.8.2020
	23	TE-toimistoon meneminen ei ole vaihtoehto” – Susie, Hanna ja lukuisat muut ulkomaalaiset pelkäävät karkotusta, jos hakevat tyttömyystukea	Yle	22.9.2020
	24	Ministeriö myöntää epäonnistumisen vierailukieltojen ohjeessa – äiti tuskissaan: ”Tuntuu nöyryyttävältä”	IL	24.6.2020
	25	Prisman pidetty työntekijä Pirjo, 78, joutui koko kevääksi pois töistä, lyttää hallituksen korona-toimet – ”Siihen pystyvät hyvin kylmät ihmiset, joilla ei ole empatiaa”	Mtv	23.6.2020
Henkilöt	26	IL-haastattelu: Näin kiireinen Sanna Marin ottaa aikaa Emma-tyttärelleen –	IL	23.8.2020

		puolisolle ylistystä: ”Markus on tärkeä tuki”		
	27	Sampo Terho jätti politiikan, mutta mitä hän tekee nyt? Entinen kulttuuriministeri ja sinisten puheenjohtaja pyörittää tuotantoyhtiötä	Yle	5.8.2020
	28	Presidentti Niinistö paljastaa MTV Uutisten erikoishaastattelussa, kenellä perheestä on paras kalaonni – ”Nyt täytyy tunnustaa, että...”	MTV	14.7.2020
	29	Elina Lepomäki nousi kokoomuksen puoluejohtoon vanhojen dynastioiden ulkopuolelta – tahtoo nyt puuttua puolueen sisäänpäin lämpiävään kulttuuriin	IS	7.9.2020
	30	Pitkäaikainen pääministeri, keskustan uskollinen soturi: Tällainen on Matti Vanhanen	HS	8.6.2020
Työmarkkinat	31	Verkkoyhteisö Ompeluseuran perustaja Maria Teikari haastaa ay-konkari Sture Fjäderin Akavan johdossa: ”Kaipa olen rohkea ja vastuuntuntoinen”	HS	12.6.2020
	32	Vihattu ”Aktiivimalli 2” on täällä taas – Mitä sanoo SAK nyt?	IL	17.9.2020
	33	Nollatuntisopimuksille tulossa tiukennus: Työnantajalle velvollisuus tarkastaa toteutuneet tunnit ja tarjota työntekijälle lisätunteja	Yle	11.9.2020
	34	Poliittisilta nuorisjärjestöiltä tyrmäys SAK:n ajamalle irtisanomisjärjestykselle – Kokoomusnuoret: Esitys epäreilu nuoria kohtaan	Yle	26.7.2020
	35	Työmarkkinapomolta omituinen tviitti: Syyttää tuotantolaitoksensa sulkevia yrityksiä oppositiopolitiikasta Sanna Marinin hallitusta vastaan	Mtv	15.9.2020
Kulissien takana	36	Perussuomalaisten eduskunta-avustajan murhan yrityksestä vangittua kuvaillaan pelottavaksi – HS selvitti, miksi ”äärioikeistokytöksistä harjattu” mies oli puolueelle liikaa	HS	16.9.2020
	37	Uusi tietovuoto: Suomen valtion kaivoskumppanista lukuisia rahanpesuilmoituksia – Terrafamen osakas ollut vuosia pankkien erityistarkkailussa	Yle	20.9.2020
	38	UM:n salaiseksi luokiteltu raportti kritisoi Suomen kehitysyhteistyöhankkeita Afrikassa –	IS	28.8.2020

		”Outcome-tason tulokset ovat jääneet vaatimattomiksi”		
	39	Maahanmuuttoviraston johtaja ei saa jatkoa – Ohisalo nostaa virkaan vastaanottokeskuksen johtajan	IL	19.8.2020
	40	IL selvitti: Näillä eväillä Sanna Marinin hallitus neuvotteli Säätytalolla – lasku 21 600 euroa	IL	29.6.2020
Toimittajien analyysit, kommentit ja kolumnit	41	Analyysi: Kannabisselvityksistä on pitkä matka pääministeripuolueeksi – vihreiden linjaukset ovat paperilla lähellä niin Sdp:tä kuin Vasemmistoliittoa	Mtv	20.9.2020
	42	Mitä Haaviston rikosepäily merkitsee? Ministerikin on syytön kunnes toisin todistetaan, mutta poliittinen lasku voi langeta silti	HS	10.7.2020
	43	Kommentti: Hallituksen työllisyystoimista tuli tussahdus – missä kunnianhimo?	IL	16.9.2020
	44	Kommentti: Konsulttitoimistot imevät puolue- ja mediavaikuttajia – vihreät on tässä oma lukunsa	IS	27.8.2020
	45	Analyysi: Oikeus selätti PVL-natsit ja asetti rajat sananvapauden väärinkäytölle	Yle	22.9.2020
Gallupit ja kyselyt	46	Kuntaliitto: Useampi kuin kolme neljästä aikoo äänestää kuntavaaleissa keväällä	HS	9.9.2020
	47	Kysely: Marinin hallitukselle ruusuja koronatoimista ja risuja työllisyydestä	IL	20.7.2020
	48	SDP:n kannatushuippu taittui puoluekokoukseen – kokoomus kiri kiinni perussuomalaisia	Yle	3.9.2020
	49	EK:n kysely: Yritysten luottamus Suomen hallitukseen heikentynyt – peräti 73 prosenttia vastanneista yrityksistä kuvaili luottamustaan heikoksi	Mtv	22.9.2020
	50	IS-kysely: Annika Saarikko keskustavaikuttajien suosikki puheenjohtajaksi – yli puolet liputtaa Saarikon puolesta	IS	3.9.2020